FLOREA VLAD

MANAGEMENTUL SERVICIILOR

Descrierea CIP a Bibliotecii Naþionale a României
VLAD, FLOREA
Managementul serviciilor / Florea Vlad - Timiºoara: Eurostampa, 2008
ISBN 978-973-687-705-6

65.012.4:338.46

Editura Eurostampa
Timiºoara, bd. Revoluþiei nr. 26
Tel./fax: 0256-204816
E-mail: edituraeurostampa@gmail.com
www.eurostampa.ro

Tipar executat la *Eurostampa*

FLOREA VLAD

MANAGEMENTUL SERVICIILOR

Editura Eurostampa
Timişoara, 2008

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE

"Gândirea este cea mai grea muncă din câte există. De aceea sunt atât de puţini cei care o efectuează"
Henry Ford (citat)

Societatea modernă este şi reprezintă un ansamblu de activităţi economice şi sociale.

Desfăşurarea acestora presupune ordonarea acţiunilor ce trebuie întreprinse, antrenarea unor resurse şi mijloace, găsirea unor metode avansate de organizare şi desfăşurare a activităţilor în domeniul serviciilor, care în anumite condiţii şi moduri de utilizare fac posibilă atingerea obiectivelor dorite.

Lucrarea de faţă îşi propune trecerea în revistă a principalelor aspecte, privind managementul serviciilor într-o manieră succintă, fără prea multe detalieri de practică, detalieri ce se vor dezvolta la cursurile de master ale facultăţii.

Este destinată informării viitorilor specialişti şi nespecialişti în managementul serviciilor, dar nu numai în scopul familiarizării acestora cu elementele de "know-how" specifice acestei discipline.

Poate servi drept material de bază pentru disciplina "Managementul serviciilor" de la facultatea de Management Turistic şi Comercial – Dimitrie Cantemir din Timişoara.

Cu darul lui Dumnezeu, mă bucur că oamenii (studenţii, managerii etc.) vor putea să aibă la îndemână, prin cartea de faţă unele noţiuni de management în domeniul serviciilor, pe care nu eu le-am creat ci le-am primit şi le dau mai departe ca să fie temei de învăţătură pentru cei care îşi vor da osteneala de a o citii şi la rândul lor o va recomanda şi altora.

Ea se adresează celor care doresc să cunoască o serie de elemente privind serviciile, probleme de managemet pe care le ridică activitatea acestora în mod special în domeniul social şi economic.

De asemenea, am convingerea că prin studierea acestei cărţi şi alţii vor fi incitaţi şi stimulaţi să procedeze la realizarea activităţilor în domeniul serviciilor, ca o constantă principală în preocupările generate de cerinţele societăţii moderne.

Sunt conştient de faptul că abordarea aspectelor sau problemelor totale, poate fi îmbunătăţită, de aceea voi fi receptiv sugestiilor de îmbunătăţire şi recunoscător celor care le vor formula.

Nu ezitaţi să faceţi adnotări şi comentarii pe carte, pentru că ea este un instrument pe care îl puteţi modela dumneavoastră înşivă prin observaţii, reflecţii, idei, decizii etc.

Lector dr. ec. ing.
Florea Vlad

CAPITOLUL 1

1. NOTIUNI DE BAZĂ ŞI CONCEPTE PRINCIPALE UTILIZATE ÎN MANAGEMENTUL SERVICIILOR PUBLICE

1.1 Caracteristici, orientări şi concepte generale cu care operează managementul serviciilor publice.

Studierea metodică a unei discipline universitare complexe cum este Managementul Serviciilor Publice, presupune precizarea prealabilă a unor noţiuni şi concepte cum ar fi: management, stat, instituţie publică, întreprindere publică, organizaţie, administraţie publică etc. Deşi pe parcursul acestui curs se vor relua detaliat explicaţiile teoretice cu privire la managementul serviciilor publice, apreciem că este necesară prezentarea sintetică a acestora pentru înţelegerea corectă a unei activităţi complexe şi sensibile cum este managementul serviciilor publice.

Problematica managementului serviciilor publice dobândeşte semnificaţie deosebită într-un mediu social şi politic extrem de dinamic în care aspectele finanţării, conţinutului, calităţii şi eficienţei acestui sector de activitate sunt puse permanent în discuţie.

În consecinţă, problema cu privire la cadrul managerial al serviciilor publice devine extrem de importantă şi pentru a fi soluţionată necesită luarea în considerare a unor premise generale între care amintim:

– managementul general, indiferent de modul în care este conceput, definit sau practicat se regăseste şi în administraţia publică, cu toate elementele, dimensiunile şi funcţiile pe care le îndeplineşte în oricare altă sferă sau domeniu de activitate;

– el se exercită şi în Administraţia Publică ca şi în celelalte sisteme ale vieţii sociale, într-un mediu social-politic aflat în continuă mişcare precum şi în schimbare şi transformare din ce în ce mai accelerată;

– se exercită în condiţiile creşterii complexităţii si incertitudinii vieţii economico-sociale şi a contradicţiilor, dilemelor pe care acestea le generează în permanenţă;

– se exercită în condiţiile impactului profund al progresului tehnic şi al revoluţiei informatice, atât asupra echilibrului societăţii cât şi a manierei în care noi percepem lumea care ne înconjoară;

– se exercită în condiţiile unor confuzii în înţelegerea şi utilizarea termenilor creaţi pentru descrierea diferitelor aspecte ale cadrului managerial. Astfel, în sectorul public, pe lângă termenul de management sunt permanent asociaţi termeni cum ar fi: lideritate, administraţie, guvernare instituţională, fără ca natura şi conţinutul lor să fie riguros determinate.

De obicei, managementul serviciilor publice este corelat cu activitătile consacrate stapânirii (metrizării) complexităţii acestora, lideritatea cu cele privind schimbarea, în timp ce guvernarea este concepută ca un raspuns la întrebarea: *"Cine este şeful aici?"*

Din modul de definire a termenilor, derivă şi funcţiile specifice ale acestora:

- managementul echivalează, în principal cu a coordona şi a controla pentru a face efective şi eficiente serviciile publice în raport cu obiectivele lor. El participă la schimbare, dar nu aceasta este principala sa vocaţie;
- lideritatea este chemată să stapânească schimbarea, să clarifice direcţiile, să asigure mijloacele necesare şi să motiveze membrii organizaţiei în favoarea schimbării.

Administrarea are menirea de a transpune în practică politicile adoptate şi stabilite în cadrul sistemului.

Din cele de mai sus rezultă că: managementul controlează, liderii orientează şi "entuziasmează", iar administraţia – serveşte.

Tocmai de aceea, alegerea metodelor adecvate de conducere, a practicilor manageriale pe care liderii trebuie să le promoveze pentru realizarea obiectivelor administraţiei (serviciilor) publice sunt de stringentă actualitate.

Cuvântul management derivă de la latinescul "*manus*" (mână) şi reprezintă ca expresie literară "*manevrare*" sau "*pilotare*". Managerul este cel care se ocupă cu pilotarea, cu conducerea.

De la latinescul *„manus"* s-a format în franceză „manège" de unde a fost împrumutat în engleză, aparând cuvintele derivate manager şi management, ceea ce înseamnă conducator şi conducere.

Deci, din punct de vedere etimologic, management înseamnă a conduce în mod eficient.

Management este un termen (expresie) englezesc (~asca) cu semantică deosebit de complexă.

Complexitatea semantică a termenului este determinată de sensurile sale multiple, între acestea amintim :

1. **managementul** se constituie ca o ştiinţă, adică un ansamblu organizat şi coerent de concepte, principii, metode şi tehnici prin care se explică fenomenele şi procesele în conducerea organizaţiilor.
2. **managementu**l reprezintă de asemenea, o artă, care reflectă latura sa pragmatică şi constă în măiestria managerului de a aplica la realităţile practice concrete, în condiţii de eficienţă, cunoştinţele ştiinţifice pe care le deţine.
3. **managementul** reprezintă o stare de spirit specifică, reflectată de un anumit fel de a vedea, a dori, a căuta şi accepta progresul.

Termenul de management s-a impus în ultima jumătate a secolului XX graţie lucrării lui James Burnham The Managerial Revolution publicată în 1941. El impune în mod categoric noţiunea de manager ca vector al inovaţiei şi progresului. Ideea nouă, de mare valoare şi actualitate pusă în circulaţie cu această ocazie, este aceea că "orice societate, indiferent de regimul ideologic", politic sau juridic are nevoie de manageri dacă vrea ca economia ei să prospere în ritm novator şi creator.

Dacă facem apel la definiţiile date de specialişti constatăm ca managementului i se dau multiple sensuri, după cum urmează:

William Newman, defineşte managementul ca direcţionare, conducere şi control ale eforturilor unei grupe de indivizi în vederea realizării unui scop comun. Un bun conducător este acela care face ca grupa să atingă scopurile sale cu un minim de cheltuieli de resurse.

A. Macknesie apreciaza că managementul este procesul în care managerul operează cu trei elemente principale: idei, resurse materiale şi umane realizând obiectivul prin alţii.

Dupa **Jean Gerbier**, managementul înseamnă organizare, arta de a conduce, de a administra.

H. Johannsen defineşte managementul ca fiind arta sau ştiinţa de a direcţiona, dirija şi administra munca altora pentru a atinge obiectivele stabilite, procesul de luare a deciziilor şi de conducere.

Pentru economist, managementul este un factor de productie care priveste organizarea si coordonarea celorlalti factori (pamânt, munca, capital), pentru obtinerea maximului de eficienta, procesul social care

implica responsabilitatea pentru planificarea si reglementarea eficienta a activitatii unei organizatii.

Desigur, au fost date şi se vor mai da multe definiţii managementului. Considerăm ca managementul, ca acţiune practică, desemnează un sistem de principii, cerinţe, reguli şi metode de conducere precum şi talentul de a le aplica.

Ţinând cont de cele prezentate mai sus putem afirma ca managementul reprezintă un complex de acţiuni desfaşurate cu scopul de a asigura funcţionarea normală, eficienţa a colectivităţilor umane organizate (întreprinderi, instituţii publice, organizaţii politice, unităţi de învaţământ) în ansamblul lor cât şi a fiecărei verigi structurale componente. El are ca scop atingerea obiectivului organizaţiei în condiţiile utilizării judicioase a resurselor materiale, umane, financiare proprii şi atrase.

Conducerea datează, aşa cum s-a arătat, încă de la începutul societăţii omeneşti. La început, şi mult mai târziu dupa aceea, conducerea se realiză nemijlocit, între conducător şi activitatea condusă neexistând, ca în zilele noastre, o reţea de structuri organizatorice ierarhice sau calculatoarele electronice.

Managementul este foarte sensibil la schimbările care au loc în societate. Ele reflectă dinamismul înregistrat de societatea contemporană şi în acelaşi timp se adaptează tot mai mult unor particularităţi determinate de sistem, tradiţie, cultură naţională etc. Astfel, deşi managementul ca principii, concept, obiectiv etc. este unic, ca mod de realizare în practică se diferentiază, de la ţară la ţară sau chiar de la organizaţie la organizaţie în cadrul aceleaşi ţări (subsistem).

Azi, într-o instituţie publică sau întreprindere, între conducători şi activităţile conduse se interpun o seamă de norme, metode şi tehnici elaborate ştiinţific. În funcţie de condiţiile concrete, conducerea se realizează în echipă, se bazează pe o participare motivată a oamenilor la realizarea obiectivelor propuse şi are caracter prospectiv.

În drumul sau spre cucerirea statutului ştiinţific, managementul serviciilor publice (conducerea) şi-a definit un număr de concepte generale cu care opereaza.

Conceptele de bază în conducerea ştiinţifică a instituţiilor publice (sistemelor) sunt prezentate în:

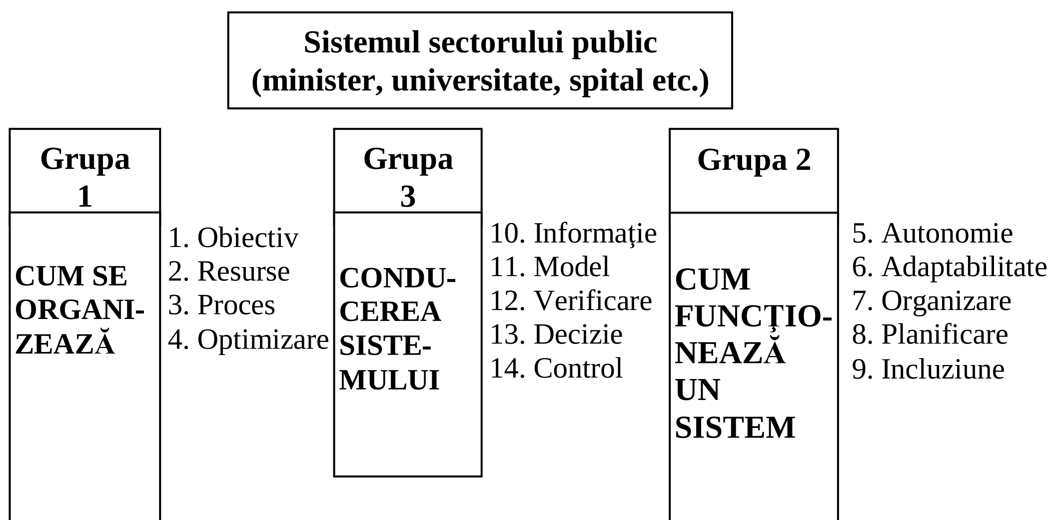


Figura 1.1 Concepte de baza cu care opereaza conducerea stiintifica a institutiilor publice

Prima categorie de concepte arată cum se organizează un sistem. Obiectivul (scopul, finalitatea, misiunea) reprezintă principiul organizator al oricărei structuri şi răspunde la întrebarea “Ce vrem?” .

Resursele, care răspund la întrebările “Cu ce?”, “Cu cine?”, se stabilesc ulterior precizării obiectivului pe care-l pot modifica, după cum procesul poate aduce schimbări atât în obiectiv cât şi în resurse, iar optimizarea le poate schimba pe toate trei.

Procesul răspunde la întrebarea “Cum?” şi arată modalitatea de transformare a resurselor în vederea atingerii obiectivului stabilit.
Optimizarea decurge din imperativul “Cât mai bine”.

Regulile tehnice ale optimizării sunt cuprinse în cercetările operaţionale care constituie azi o ramură a matematicii de sine stătătoare.

A doua grupa de concepte corespunde unor proprietăţi generale ale sistemelor, ne arată cum funcţionează un sistem.

Autonomia de funcţionare se deduce din proprietatea sistemelor (structurilor) şi subsistemelor biologice şi sociale de a se autoregla. Dacă un sistem nu ar avea un anumit grad de autonomie, nu ar putea fi condus, pentru că ar reclama un număr foarte mare de instrucţiuni detaliate.

Adaptabilitatea este capacitatea unui sistem de a-şi păstra stabilitatea (de a nu se strica) atunci când asupra sa acţionează perturbaţii exterioare.

Organizarea ţine de structura internă a sistemului, de coeziunea elementelor acestuia. Se consideră că organizarea este bună când corespunde funcţiunii si mecanismului cu care lucreaza structurile (elementele) sistemelor (serviciilor publice).

Planul reprezintă instrumentul prin care se materializează mijloacele necesare pentru realizarea obiectivului propus.

Planificarea, completată cu prognoza, previzionează termenele pentru realizarea obiectivelor.

Incluziunea înseamnă integrarea într-o structură mai largă (vezi integrarea României în Uniunea Europeana). Toate structurile sociale există şi funcţionează ca sisteme deschise.

A treia grupă de concepte este legată de conducerea sistemului.

Informaţia (culegerea şi prelucrarea datelor) se poate asigura cu ajutorul unor metode clasice (statistica, sondajul, ancheta) sau cu ajutorul unor instrumente moderne cum sunt calculatoarele electronice (baze de date).

Datele strânse şi organizate sunt constituite într-un model care reprezintă o machetă a realităţii, pe care se lucrează. Un model bun concordă cu realitatea, proprietate ce este cunoscută sub denumirea de izomorfism.

În procesul de analiză modelul este supus unor puternice influenţe economice, sociale, politice etc., pentru a vedea ce se poate întâmpla în anumite situaţii, identificându-se în acest fel mai multe variante.

Verificarea (legatura cu viaţa, practica) este operaţia prin care se constată dacă modelul este corect, dacă el corespunde scopului propus.

Decizia constă în alegerea uneia din variantele descrise. Prin matematizarea teoriei deciziei, s-a realizat un pas imens în modernizarea ştiinţelor economice şi sociale.

Controlul priveşte urmărirea îndeplinirii obiectivelor decizionale, implementarea acestora potrivit succesiunii fazelor din planul stabilit.

În literatura de specialitate s-au conturat şi alte puncte în ceea ce priveşte structura procesului de conducere.

După unii autori, în procesul de conducere nu ne confruntăm cu probleme, ci cu un număr nelimitat de situaţii problematice. În componenţa situaţiilor problematice intră “tipuri de probleme” care pot fi soluţionate cu ajutorul unor metode standard de analiză.

Soluţionarea problemelor de conducere comportă analiza situaţiei problematice, identificarea problemelor ce o compun şi încadrarea lor în unul din cele trei tipuri posibile :

- probleme de tip “abatere”

- probleme de “optimizare”
- probleme “potenţiale”

Schema unei astfel de analize se prezintă în Figura 1.2

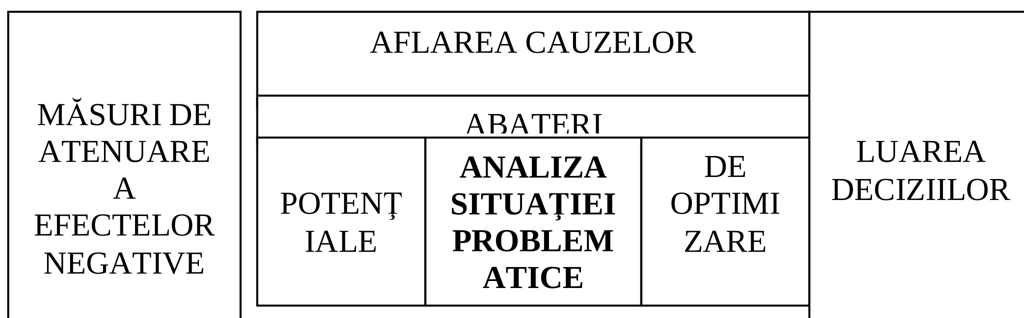


Figura 1.2 Analiza situatiilor problematice

Prin analiza problemelor tip abatere se urmareşte să se descopere cauza necunoscută care produce abaterea de la mersul firesc preconizat (obiectivele propuse).

Prin analiza problemelor de optimizare se urmareşte să se identifice factorii care pot determina optimizarea unei activităţi anterior proiectate şi care se desfaşoară normal, dar care este susceptibilă de ameliorare. În acest scop se formulează alternative de decizii, urmărind sa fie aleasă şi pusă în aplicare cea care prezintă cele mai multe avantaje. Evident, oricât de bine ar fi formulată sau aleasă o decizie, ea păstrează amprenta subiectivităţii decidentului.

Problemele potenţiale apar de regulă în urma aplicării deciziilor, când, în afara efectelor scontate, pot apare şi efecte nescontate – avantajoase sau neavantajoase. Acestea din urmă trebuie anticipate şi, dacă este posibil, luate măsuri de prevenire sau cel puţin de atenuare a efectelor negative.

Scopul analizei problemelor potenţiale este de a stabili moduri de acţiune adecvate pentru evitarea şi atenuarea efectelor nedorite.

Cel care analizează problemele de conducere (managerul) are două obligaţii majore:

- să nu ignore importanţa analizei situaţiei, în special în ceea ce priveşte identificarea precisă a tipului problemelor care o compun;
- să nu confunde problemele tip abatere cu cele de optimizare. Aceasta din urmă obligaţie solicită maximum de atenţie, întrucât, dacă se

abordează o abatere ca şi când ar fi vorba de o optimizare, atunci analistul (managerul) este pus în situaţia de decident (subiectiv) care nu i-ar permite să afle cauza obiectivă a abaterii.

Un rol central în procesul de conducere îl are decizia, adică acea acţiune prin care se alege o cale optimă pentru realizarea obiectivelor propuse.

În timpul executării conducerii (în procesul muncii) un manager se află permanent într-una din următoarele situaţii:

- analizează anumite neajunsuri sau abateri care apar în domeniul sau de competenţa, prin abatere întelegându-se diferenţa dintre rezultatul obţinut şi cel preconizat (planificat);
- elaborează decizii pentru obţinerea rezultatelor scontate;
- analizează problemele potenţiale neavantajoase ce ar putea apare în urma aplicării unei decizii şi care i-ar putea periclita planul de acţiune stabilit pentru obţinerea rezultatului dorit;
- controlează realizarea planului de acţiune.

Scopul analizei este acela de a stabili cauzele care produc efecte nedorite şi periclitează obţinerea rezultatului dorit (planificat).

În momentul în care apare o situaţie problematica în sistemul condus, se impune luarea unei decizii, adică identificarea variantei optime de acţiune pentru atingerea obiectivelor urmărite.

Munca managerului este mult uşurată de existenţa unor bănci de date şi informaţii în sistemele proprii sau în sisteme specializate, precum şi de utilizarea calculatorului electronic care, deşi nu-i poate înlocui gândirea, îl ajută enorm în creşterea productivităţii acestei gândiri şi eficienţei actelor de conducere.

Un rol important în eficientizarea muncii managerului îl are dezvoltarea aptitudinilor manageriale.

În plan managerial, o importanţă deosebită prezintă:

• aptitudinea de a elabora, de a selecta informaţiile utile, de a stabili şi sublinia priorităţile, de a comunica cu salariaţii;
• raţionamentul logic şi analiza judicioasă a fenomenelor manageriale;
• capacitatea de a gândi economic şi social;
• aptitudinea de obiectivare, de cunoaştere şi recunoaştere a propriei valori, apelând dupa caz la echipa, prevenind astfel situaţiile vulnerabile;
• aptitudinea de a stabili şi comunica obiective, de a finaliza realizarea lor.

Aptitudinile manageriale nu se pot forma în afara unui sistem de cunoştinţe, priceperi şi deprinderi şi nici în afara unei motivaţii (interes, atitudine pozitivă).

O caracteristică importantă a muncii managerului se referă la obiectul muncii: managerul lucreaza cu oameni. De aceea este necesară o prioritate a muncii cu omul, prin asigurarea în interiorul organizaţiei a unor relaţii interpersonale normale, evitându-se, prevenindu-se sau neutralizându-se situaţiile conflictuale. În condiţiile particulare ale ţării noastre, când se constată o anumită liberalizare a formelor de exprimare a personalului (cetăţenilor) şi un anumit mod de înţelegere (interpretare a democraţiei), un manager din administraţia publică este eficient dacă:

- depistează la timp cauzele unui conflict potenţial;
- defineşte precis obiectivele fiecărui salariat din structurile sistemului pe care îl conduce, le aduce la cunoştinţă şi le explică la nivelul lui de înţelegere;
- foloseşte drept criterii de promovare competenţa profesională, capacitatea de răspundere la solicitări diverse, dorinţa de perfecţionare, gradul de integrare în structura formală şi informala a instituţiei, atitudinea faţă de muncă şi colectiv etc.;

. elaborează un sistem deschis bazat pe creativitatea individuală sau de grup, utilizând cu pricepere stimularea morală şi materială;

- nu este distant în relaţiile cu subalternii;
- se concentrează asupra problemelor cu adevarat importante.

Prin îndeplinirea acestor condiţii, managerul căpăta o anumită autoritate care îl situează într-o poziţie de respect faţă de ceilalţi membri ai instituţiei.

Autoritatea este determinată de o serie de factori: pregătirea profesională de specialitate; exigenţa faţă de sine şi faţă de alţii; rapiditatea şi flexibilitatea în gândire; fermitatea în acţiune, umanismul, tactul, curajul de a-şi asuma un risc etc.

În acest fel, managerul contribuie decisiv la crearea unui climat de muncă, de moralitate şi coeziune în cadrul instituţiei pe care o conduce.

1.2 Consideraţii generale cu privire la stat.

De-a lungul timpului, noţiunea de stat s-a conturat ca fiind o colectivitate umană relativ omogenă datorită:

- unei istorii comune;
- unui teritoriu delimitat de frontiere recunoscute;

- unei puteri politice proprii, în baza căreia acesta realizează anumite funcţii: elaborarea legilor, constituirea unui sistem de guvernare propriu; constituirea unui sistem de recunoaştere şi corectare a abaterilor de la prevederile legilor; apărarea frontierelor; dezvoltarea relaţiilor internaţionale; alegerea reprezentanţilor.

Formarea statului a însemnat, practic, desprinderea unei forţe publice din cadrul colectivităţii, organizată în instituţii (armată, poliţie, justiţie) care avea drept scop susţinerea clasei dominante şi a ordinii sociale corespunzătoare intereselor acesteia.

În sens restrâns, statul cuprinde ansamblul organizaţiilor care susţin exercitarea puterii lui.

Aceasta definire presupune identificarea unor categorii cum sunt: persoană fizică, organizaţie, persoană juridică, organ al statului.

Persoana fizică reprezintă un individ, un membru al colectivităţii (populaţiei).

Organizaţia se poate defini drept o colectivitate umană care utilizează resurse în vederea realizării unor activităţi specifice şi atingerii unor obiective proprii.

Persoana juridică semnifică o organizaţie recunoscută legal.

Organul statului este instituţia specializată în vederea realizării activităţiilor specifice statului.

Pentru înţelegerea completă a semnificaţiei noţiunii de “stat” este necesară şi clarificarea unor termeni ca “administraţie publică” şi “autoritate administrativă”.

Astfel, administraţia publică cuprinde ansamblul instituţiilor care organizează elaborarea, executarea şi prin care se realizează aplicarea legilor.

Autoritatea administrativă este organul care emite acte administrative valabile.

Statul, alături de partidele politice şi alte grupuri sociale formează un ansamblu complex, care are ca obiectiv realizarea intereselor generale ale societăţii.

Statul reprezintă unul din principalele instrumente pentru exercitare puterii politice. În cadrul acestuia se identifică trei componente:

a) puterea legislativă (generatoare de legi);

b) puterea executivă (care aplică legile);

c) puterea judecatorească (care identifică şi rezolvă abaterile de la legi).

Într-un stat de drept, cele trei puteri (legislativă, executivă şi judecatorească) sunt exercitate de persoane diferite, în cadrul unor organe diferite, asigurându-se astfel principiul separaţiei puterilor.

Totodată, atribuţiile, competentele şi responsabilitatile acestor trei categorii de organe sunt disjuncte şi complementare, iar legile, scrise şi publicate, respectă principiile şi reglementările internaţionale în vigoare.

Raportat la poziţia faţă de societate, statul îndeplineşte următoarele funcţii interne şi externe:

• reglementează acţiunile membrilor societăţii;

• asigură aplicarea şi respectarea reglementărilor adoptate;

• furnizează servicii în favoarea membrilor societăţii;

• reprezintă naţiunea în raport cu alte state, inclusiv în elaborarea şi aplicarea legislaţiei internaţionale;

• facilitează schimburile internaţionale reciproc avantajoase;

• apăra suveranitatea şi integritatea teritoriului naţional.

Există o multitudine de aspecte din care derivă necesitatea statului de drept, dintre care:

a) conflictul de interese dintre entităţile sistemului (în special în legatură cu repartizarea şi alocarea resurselor între acestea). Ca urmare, se impune existenţa unor reglementări bine formulate, precum şi a unei autorităţi de arbitrare şi rezolvare a conflictelor;

b) conflictul de interese locale pe termen scurt şi cele generale pe termen mediu si lung;

c) asocieri de agenţi având ca obiectiv realizarea unui monopol asupra unui bun/unor bunuri de larg interes, ceea ce ar duce la crearea unei dependenţe a populaţiei sau a altor agenţi economici;

d) necesitatea asigurării unor activităţi de natura unor interese generale cum sunt cele de aparare, educaţie, sănătate.

Totodata, este necesară explicarea noţiunii de stat de drept economic. Astfel, statul de drept democratic reprezintă statul în care politica organelor puterii de stat are misiunea de a asigura continuitatea şi dezvoltarea subsistemului sociomicroeconomic şi a statului în ansamblu, având drept punct de plecare interesele pe termen mediu şi lung ale populaţiei, confirmate în mod valabil şi periodic de către majoritatea cu drept de vot a acesteia.

Sunt, aşadar, realizate o multitudine de activităţi ce îmbracă forma serviciilor furnizate subsistemului sociomicroeconomic, cum ar fi:

- asigurarea protecţiei mediului înconjurător;
- asigurarea educării populaţiei;

- asigurarea protecţiei sociale a populaţiei;

- asigurarea reglementărilor necesare definirii şi respectării relaţiilor corecte dintre persoane, dintre agenţi/instituţii/populaţie;

- asigurarea unor servicii de bază, ca de exemplu: transportul public, telecomunicaţiile, gospodăria comunală;

- asigurarea protecţiei împotriva eventualelor acţiuni nereglementare ale funcţionarilor publici;

- asigurarea unor servicii tehnice necesare activităţii microeconomice standardizate, promovarea şi atestarea asigurării calităţii bunurilor;

- asigurarea stabilităţii şi dezvoltării activităţii economico-sociale prin acorduri internaţionale;

- asigurarea protecţiei statului în cazul unor agresiuni externe;

- asigurarea consultării periodice a populaţiei cu privire la politica în domeniile prezentate.

Din punct de vedere al modului de organizare a statului, precum şi al gradului de centralizare, statele lumii se împart în două categorii:

• state unitare, în care toate activităţile sunt reglementate de o autoritate unică;

• state federale, compuse dintr-un ansamblu de teritorii în care numai activităţile esenţiale (relaţiile externe, apărarea, legislaţia generală, monedă) sunt reglementate de autoritaţi unice, numai o parte a puterilor fiind centralizate, restul fiind descentralizate pâna la nivelul teritoriilor componente.

Aceste diviziuni teritoriale îmbracă diferite forme: unităţi teritorial-administrative (formate din judete, comune – Danemarca, sau din departamente, arondismente, cantoane, comune – Franţa), unităţi teritoriale, provincii.

După cum se remarcă, statul este un sistem foarte complex.

În primul rând, în cadrul sau activează o multitudine de organizaţii: organe ale puterii de stat (OPS), agenţi economici, instituţii.

Activitatea organelor puterii de stat (OPS) este finanţată de buget (central sau local) şi priveşte exercitarea puterii de stat. OPS pot fi considerate într-o dublă ipostază:

a) funcţională, respectiv ca element de exercitare a puterii de stat, prin informaţie şi mijloace financiare;

b) organizaţională, ca orice altă organizaţie.

Finalitatea OPS constă în furnizarea de servicii către populaţie şi celelalte organizaţii, luând în considerare interesele generale pe termen mediu şi lung.

Agenţii economici sunt acele organizaţii al caror scop este economic, obţinerea de profit, activitatea acestora fiind autofinanţată. Proprietatea asupra acestora poate fi: de stat, particulară şi mixtă.

Instituţiile au ca rezultat final în exclusivitate furnizarea de servicii, ele putând fi:

- ale puterii de stat;
- ale unor colectivităţi (de obicei profesionale);
- particulare (private).

În al doilea rând, statul este structurat în entităţi stratificate (niveluri):

- natura (nivelul de bază, suportul tuturor activităţilor);
- omul;
- colectivităţi elementare (familia, gospodăria, comunitatea locală);
- localitatea (nivelul cel mai redus la care există organe);
- regiunea naţională (partea relativ importanţă a teritoriului naţional, careia îi corespunde o putere de stat teritorială;
- provincia (nivelul definit din consideraţii istorice);
- ţara (careia îi corespund instituţii de importanţă naţională);
- regiunea internaţională (careia îi corespund organizaţii interstatale regionale);
- mapamondul (căreia îi corespund organizaţii interstatale şi instituţii internaţionale la nivel mondial şi agenţi economici organizaţi pentru activitate la nivel mondial, prin acordul statelor).

La nivel de ţară, puterea de stat este organizată în mod ierarhic, pentru nivelurile superioare autorităţile fiind delegate de către state.

Analizând aceste ierarhii, se pot defini două subsisteme ale statului: subsistemul macro-socioeconomic şi cel microsocioeconomic, primul cuprinzând organele de stat, iar al doilea agenţii economici, instituţii, populaţia.

Aceste două subsisteme sunt interdependente, ele activând într-un domeniu bine definit.

Evoluţia lor este subordonată satisfacerii intereselor de ordin general ale populaţiei, organizaţiilor componente, atât pe termen mediu cât şi pe termen lung, într-un cadru de restricţii interne şi externe.

Subsistemul macrosocioeconomic, denumit şi subsistemul puterii de stat, este alcătuit din următoarele componente specializate:

a) subsistemul puterii legislative, cu caracter politic, care are rolul formulării politicii statului prin mecanismul electoral concretizat în legi şi acte normative;

b) subsistemul puterii executive, care aplică legile şi asigură funcţionarea corespunzătoare a subsistemului macrosocioeconomic.

c) subsistemul puterii judecătoreşti, care asigură respectarea legilor şi actelor normative, cu caracter prin excelenţă apolitic;

d) persoana simbolică ce reprezintă statul (seful statului).

Într-un cadru internaţional regional sau mondial, între aceste subsisteme au loc schimburi de fluxuri informaţionale (sesizări, informări, propuneri), organizatorice şi decizionale (legi, hotarâri şi alte reglementari, proiecte de legi, alegeri prin vot).

Funcţionarea subsistemului puterii de stat nu este realizată la întâmplare, ci în anumite condiţii de eficacitate şi eficienţă. Natura acestor condiţii este foarte diferită. Între acestea reţinem:

Condiţii organizatorice:

- exercitarea atribuţiilor legale de catre OPS;
- controlul corectitudinii executării atribuţiilor OPS;
- existenţa unui statut legal al persoanelor publice şi funcţionarilor publici;
- încurajarea multipartitismului;
- asigurarea separării puterilor în stat şi creşterea rolului administraţiei publice locale.

Condiţii de natură economico-financiară:

- asigurarea veniturilor bugetare prevazute de lege;
- asigurarea utilizării legale a cheltuielilor bugetare;
- minimizarea cheltuielilor de funcţionare a OPS;
- pedepsirea infracţiunilor şi crimelor cu caracter economico-financiar referitoare la bugetul statului, al OPS, al proprietăţii publice şi private, precum şi la activităţile ilicite din cadrul subsistemului microsocioeconomic.

Condiţii de natură informaţională:

a) asigurarea informaţiei complete şi unitare pentru subsistemul statului;

b) asistarea informatică a acţiunilor de control;

c) asigurarea modelelor necesare analizei şi simulării efectelor probabile ale deciziilor posibile.

Condiţii de natura juridică:

- aplicarea automată a sancţiunilor;
- asigurarea condiţiilor de realizare a prevederilor legale;
- asigurarea accesului rapid la actele normative a OPS, agenţilor economici, instituţiilor şi persoanelor interesate.

La aceste condiţii se adaugă şi integrarea sistemului în mediul internaţional.

În vederea asigurării funcţionării subsistemului de stat, trebuie asigurate resursele financiare.

În ansamblul resurselor financiare furnizate de catre subsistemul microsocioeconomic regăsim:

1. impozite directe;
2. impozite pe valoare adaugată creată în activitatea comercială;
3. taxe vamale;
4. taxe pentru servicii prestate;
5. profituri/dividende de la agenţii economici cu capital majoritar de stat;
6. rambursări;
7. alte încasări interne.

Resursele financiare provenite din mediul extern sunt reprezentate de:

1. împrumuturi externe;
2. asistenţă economică internaţională;
3. rambursări;
4. alte încasări externe.

Bugetul statului este supus totodată şi unei diminuari corespunzătoare a cheltuielilor efectuate atât pentru sistemul microsocioeconomic cât sş pentru mediul extern. Din prima categorie de cheltuieli fac parte:

1. proiecte sociale;
2. salariile persoanelor cu funcţii de demnitate publică şi funcţionarilor publici;
3. obiective de stat inclusiv pentru investiţii;
4. subvenţii şi credite;
5. plata bunurilor achiziţionate;
6. alte plăţi interne.

În categoria cheltuielilor pentru mediul extern includem:

1. cheltuieli cu creditele acordate;
2. rambursări;
3. asistenţă economică internaţională acordată;
4. alte plaţi externe.

În formarea bugetului central al statului pot avea loc importante pierderi de resurse financiare a căror eliminare echivalează cu realizarea unor venituri. Principalele pierderi financiare provin din două surse:

1. evaziuni fiscale prin:

- reducerea impozitelor şi taxelor datorate statului prin nedeclarare, declarare incompleta sau incorectă;
- contrabandă.

2. distorsionarea funcţionării subsistemului puterii statului prin:

- corupţie:
- achiziţionarea de bunuri în schimbul unor servicii acordate decidenţilor sau executanţilor autorizaţi;
- furnizarea de informaţii confidentiale în schimbul unor servicii în avantaj personal;
- pretinderea (solicitarea) de servicii pentru realizarea unor activităţi gratuite în cadrul atribuţiilor OPS;
- încălcarea reglementărilor valabile de către persoanele din OPAS în schimbul unor servicii în avantaj personal.
- falimentarea agenţilor economici cu capital majoritar de stat, prin:
- conduceri incompetente;
- utilizarea resurselor pe bază de contracte ineficiente cu agenţii economici cu capital particular de către personalul din cadrul agenţilor economici cu capital majoritar de stat;
- utilizarea fondurilor sau altor resurse publice pentru susţinerea unor agenţi economici particulari în afara prevederilor legale,
- realizarea unei economii paralele prin dezorganizare,
- creşterea preturilor prin circulaţia bunurilor succesiv prin mai mulţi agenţi, crescânduse nejustificat ponderea profitului;
- crearea de lipsuri artificiale de bunuri prin importuri de produse şi stocarea acestora, în condiţiile restrângerii producţiei interne;
- crearea unei reţele de relaţii inegale formând monopoluri,
- centre multiple de decizie în cazul puterii executive, prin lipsa de unitate de concepţie şi de acţiune ,
- corelaţie slabă retribuire-rezultate, prin lipsa stimulării materiale a performanţei.

CAPITOLUL 2

2. COMPONENTELE DE BAZĂ CARE ASIGURĂ FUNCŢIONAREA STATULUI DE DREPT DEMOCRATIC

1. Persoana simbolică supremă (şeful statului) reprezintă statul în relaţia cu cetăţenii şi cu alte state. Aceasta poate fi reprezentată de:

a) monarh, care deţine poziţia sa prin succesiune ereditară. După gradul de concentrare al puterii deţinute şi numărul atribuţiilor ce-i revin, monarhul poate fi:

- constituţional;
- absolut.

b) preşedinte, care ocupă această funcţie pe baza calităţilor şi activităţii personale. Similar, după amploarea atribuţiilor sale, acesta poate fi:

- democratic;
- tiranic.

2. Parlamentul este organul ales de cetăţenii cu drepturi politice care initiază, dezbate şi adoptă prin proceduri democratice legile statului, ţinând cont de opţiunile strategice luate de majoritatea cetăţenilor, exprimate prin votul acordat la alegerile generale. Parlamentul poate fi unicameral sau bicameral.

3. Guvernul este organul care:

a) determină şi conduce politica naţiunii;
b) conduce administraţia publică;
c) asigură puterea executivă.

4. Administraţia Publică Centrală reprezintă ansamblul ministerelor şi celorlalte organe subordonate nemijlocit guvernului.

5. Administraţia Publică Locală este formată din:

a) organele teritoriale ale administraţiei publice centrale;
b) organele alese la nivelul unităţilor teritorial-administrative.

6. Autorităţile judecătoreşti reprezintă ansamblul organelor puterii judecătoreşti:

a) organele de justiţie supreme;
b) ministerul public;
c) curţile de apel;
d) tribunalele;
e) judecătoriile;
f) notariatele.

7. Curtea de Conturi, organul de control al statului, este constituită din ansamblul:

a) agenţilor economici;
b) instituţiilor componente ale administraţiei publice;
c) instituţiilor publice bugetare din subordinea administraţiei publice;
d) sindicatelor;
e) organizaţiilor patronale;
f) altor instituţii şi organizaţii fără scop lucrativ.

8. Populaţia este formată din:

a) cetăţeni (cu sau fără drept de vot);
b) alte persoane aflate pe teritoriul naţional (temporar, cu drept de rezidenţă sau ilegal).

9. Medii de informare:

a) presa;
b) radioul;
c) televiziunea;
d) publicaţiile (periodice sau neperiodice);
e) alte suporturi neconvenţionale.

În analiza organizării şi funcţionării statului, un capitol important este legat de situaţia şi relaţiile cetăţeanului în cadrul statului. Drepturile omului au fost tratate în declaraţii şi constituţii, dintre care cele mai cunoscute sunt *"Declaraţia drepturilor omului şi cetaţeanului"*, votată de Adunarea Constituantă a Franţei la 26.08.1789 şi *"Declaraţia universală a drepturilor omului"*, votată de Adunarea Generala a ONU la 10.12.1948, care exprimă o serie de drepturi privind libertatea individului, egalitatea în faţa legilor, dreptul de proprietate, separarea puterilor în stat, suveranitatea naţiunilor precum şi o serie de drepturi socio-economice şi moral-spirituale.

Constituţia României înscrie atât drepturi ale cetăţenilor cât şi îndatoriri fundamentale ale acestora, conturând noţiuni ca: libertate publică, rol al cetaţeanului în stat, stat democratic.

Libertatea publică implică, în linii generale, posibilitatea de acţiune liberă în limitele normalului şi, implicit, fără ca interesul individual să contravină celui general.

Rolul cetaţeanului în stat exprimă posibilităţile reale de participare la pregătirea şi luarea deciziilor la nivelul colectivităţii sociale, locale şi de ansamblu.

Dintre condiţiile necesare pentru realizarea unor alegeri democratice fac parte:

1. pluripartitismul, exprimat prin:

a) dreptul de existenţă al mai multor partide;

b) dreptul de acces al partidelor la mediile de informare şi la campania electorală.

2. informarea cetateanului care trebuie sa fie liberă, completă şi directă;

3. votul universal si secret;

4. opoziţia ce are dreptul la organizare şi accesul la mediile de informare.

Consultarea electorală este un mecanism de bază al democraţiei, putându-se vorbi despre doua forme prin care acestea se realizează:

a) alegeri ce reprezintă o selecţie între candidaţi şi se pot realiza direct sau indirect;

b) referendum ce constă în răspunsuri la întrebări binare, care admit deci doar două opţiuni.

De regulă, referendumul are loc pentru consultarea directă a electoratului în probleme strategice majore.

2.1. Funcţiile statului vis – a – vis de serviciile publice oferite.

2.1.1 Funcţia de furnizor de servicii colective necomerciale.

Una din cele mai importante funcţii ale statului este aceea de a oferi servicii publice în general şi servicii colective necomerciale, în special.

Această funcţie consta în:

a) furnizarea către colectivitate a unor servicii la un preţ inferior costului lor de producţie (servicii necomerciale), fie producându-le el însuşi, prin intermediul serviciilor publice, fie încredinţând producţia lor sectorului privat subvenţionat;

b) finanţarea acestei producţii prin intermediul prelevărilor obligatorii asupra utilităţilor şi asupra întreprinderilor.

Serviciile colective furnizate de stat răspund unui triplu obiectiv:

1) satisfacerea (înlăturarea) lacunelor pieţei;

2) facilitarea accesului la factorii externi pozitivi care influenţează serviciile (infrastructurile, cercetarea fundamentală, protecţia mediului înconjurator etc.);

3) accesibilitatea tuturor cetăţenilor la servicii, chiar şi celor mai săraci: ele sunt oferite în mod gratuit sau la un preţ inferior costului lor de producţie (educaţia, sănătatea etc.).

Oferta de servicii colective necomerciale poate fi grupată în două mari categorii:

Statul reprezintă funcţia de apărare a teritoriului naţional şi de garantare a securităţii bunurilor şi persoanelor pe care statul o are încă de la constituirea sa. Această funcţie constă în:

- asigurarea securităţii persoanelor şi bunurilor în interiorul ţării, cu ajutorul poliţiei şi justiţiei;

- apărarea teritoriului naţional împotriva oricărei agresiuni externe, cu ajutorul diplomaţiei (Afaceri Externe) şi Apararii Naţionale (armata).

Celelalte servicii colective necomerciale sunt oferite de stat, inclusiv de autorităţile sau colectivităţile locale în două moduri:

a) Statul asigură el însuşi producţia de servicii.

Este cazul ansamblului serviciilor publice de învatamânt, medicale (spitale publice), culturale (muzee, biblioteci, case de cultură etc.), de cercetare, de echipare şi de întreţinere a reţelei rutiere, de iluminat public etc.

b) Statul nu asigură decât finanţarea şi deleagă producţia de bunuri şi servicii sectorului privat.

Învăţământul şi sănătatea sunt două domenii unde coexistă instituţiile publice şi cele private; pentru acestea din urmă (şcoli private, clinici etc.), statul îşi poate asuma o parte din finanţare (în special cheltuielile de funcţionare). Statul îşi păstrează prerogativa de a acredita aceste instituţii şi un drept de control asupra gestiunii lor, deoarece este vorba despre activităţi subvenţionate.

2.1.2 Funcţia de redistribuire.

Funcţia de redistribuire a aparut din necesitatea de a asigura fiecăruia o cât mai bună protecţie socială posibilă. În acest caz, statul a pus în funcţiune în mod treptat, un sistem de redistribuire.

Iniţial, s-a constituit un sistem de asigurări mutuale împotriva principalelor riscuri ale vieţii: boală, accidente de muncă etc. Solidaritatea s-a extins apoi la numeroase alte categorii: pensionari, şomeri, alte persoane inactive fără resurse, familii care au mai mulţi copii în grija etc.

Funcţia de redistribuire presupune doua momente principale:

a) prelevarea de cotizaţii sociale asupra veniturilor: cotizaţiile sunt plătite de către cei care se asigură;

b) redistribuirea acestor cotizaţii sub formă de prestaţii sociale: pensii, cheltuieli medicale, alocaţii familiale etc. percepute de către cei care se asigură.

2.1.3 Funcţia de reglare economică.

Funcţia de reglare economică, constă în acţiunea statului asupra evoluţiei economice, astfel încât să se amelioreze principalii indicatori ai acesteia (creşterea produsului intern brut, locuri de muncă, echilibru exterior şi stabilitatea preţurilor etc.). Reglarea poate fi:

- pe termen lung, prin orientarea economiei prin intermediul politicii structurale: politica industrială, politica mediului ambiant, politica energetică, alegerea infrastructurilor etc.;

- pe termen scurt şi mediu, prin reglarea conjuncturală sau politica conjuncturală.

Politica structurală, cuprinde ansamblul intervenţiilor statului, susceptibile de a modifica evoluţia pe termen lung a economiei.

Politica conjuncturală, constă în intervenţia statului în vederea atingerii unui ritm de creştere şi a unui nivel de ocupare maxime, compatibile cu menţinerea principalelor echilibre: stabilitatea preţurilor şi echilibrul comerţului exterior. Politica conjuncturală poate fi o politică de relansare sau
o politică de stabilizare.

O a doua politică de reglare, de inspiraţie liberală, este politica ofertei, care combină aspectele conjuncturale cu cele structurale.

2.2. Mijloacele intervenţiei statului în economie.

Mijloacele intervenţiei statului în economie sunt: bugetul de stat, politica monetară, protecţia socială, planificarea şi reglementarea economico-socială.

2.2.1 Bugetul de stat.

În economia de piaţă, bugetul de stat este un instrument managerial cu statut de act juridic în care se înscriu veniturile şi cheltuielile probabile

ale statului pe timp de un an. Dat fiind faptul că este aprobat de puterea legislativă a fiecărei ţări (parlament), el are caracter obligatoriu.

Principalele cheltuieli efectuate de la bugetul de stat se referă la: datoria publică, funcţionarea administraţiei, intervenţii economice de interes public (subvenţii) şi sociale (salariu minim), investiţii civile (cumpărare de echipamente), cheltuieli militare etc.

Veniturile bugetului de stat provin din:

- impozite directe, care sunt plătite trezoreriei publice direct de către contribuabili (impozitul pe veniturile persoanelor fizice, impozitul pe profitul societăţilor comerciale);
- impozite indirecte, care sunt percepute cu ocazia efectuării unor cheltuieli (principalul exemplu este taxa pe valoare adaugată, taxele vamale incluse în produsele din import).

Bugetele de stat se fundamentează şi elaborează cu respectarea următoarelor principii: periodicitate, universalitate, unitate, echilibru, specializarea bugetară şi publicarea bugetului.

1. Periodicitatea.

Bugetul este votat pentru un an sub forma Legii Finanţelor Publice. Această lege permite statului să colecteze diverse impozite şi taxe şi să angajeze cheltuieli. Elaborarea bugetului în fiecare an, are drept consecinţe faptul că, atunci când creditele nu sunt consumate până la 31 decembrie într-un an, acestea nu sunt automat reportate pe aceeaşi destinaţie în bugetul următor, ci din contra, sunt vărsate la bugetul general. În aceeaşi manieră, anualitatea face imposibilă angajarea unor cheltuieli pe o perioadă de doi sau mai mulţi ani.

În pofida acestor inconveniente, cerinţa elaborării anuale are o justificare iar Parlamentul trebuie în fiecare an să aprobe bugetul. Suprimarea anualităţii şi înlocuirea ei cu o durată mai mare va lipsi de substanţa dreptul Parlamentului de a controla şi decide asupra veniturilor şi cheltuielilor publice.

Anul bugetar poate să coincidă sau nu cu anul calendaristic. În ţări cum sunt Austria, Franţa, Brazilia, România etc., anul bugetar coincide cu anul calendaristic, pe când în alte ţări ca, de exemplu, Marea Britanie, Canada, Japonia, anul bugetar începe la 31 aprilie şi se sfârşeşte la 31 martie anul următor, iar în SUA exercitiul bugetar este stabilit pentru perioada 1 octombrie – 30 septembrie.

2. Universalitatea.

Acest principiu se opune destinării premeditate a unui venit către o anume cheltuială.

Fiecare formă de venit (impozit, taxă etc.) alimentează bugetul general. Acest lucru pare normal în cazul impozitelor – nu vedem motive pentru care resursele provenind din impozitul pe profit să fie destinate bugetului apărării şi nu celui al educaţiei naţionale. Chiar şi atunci când resursele provin din vânzarea unui teren aparţinând unui anume minister, rezultatul vânzării nu va fi alocat ministerului respectiv, ci va fi vărsat la bugetul public (non-compensarea). De aici rezultă, în mod evident, o reticenţă de a vinde ceea ce pare a aparţine ministerului.

Principiul universalităţii a fost proclamat în Franţa în timpul revoluţiei de la 1789 şi a reprezentat un mare progres în comparaţie cu situaţia anterioară, când numeroase sume erau predestinate. Ori această practică declanşează abuzuri inadmisibile. Astfel, multe din împrumuturile lansate de stat erau garantate cu veniturile provenite de la un impozit sau altul, ajungându-se la situaţii în care, dacă impozitul în cauză nu se colecta, creditul în cauză nu era rambursat. Gruparea tuturor veniturilor publice într-un singur document asigură egalitatea tuturor creditorilor statului.

Totuşi, în ceea ce priveşte principiile periodicităţii şi universalităţii, se admit în număr limitat şi excepţii pentru a remedia unele inconveniente, după cum urmează:

Excepţii de la principiul anualităţii.

Acestea sunt destul de numeroase. Vom reţine aici doar două care interesează mai mult gestionarul unui serviciu public: reporturile şi autorizaţiile de programe.

a) Reporturile

Reportul este competenţa unui furnizor de servicii de a utiliza în anul următor sumele rămase din creditele neutilizate în cursul anului normal, această excepţie fiind o condiţie necesară unei bune gestiuni. În lipsa ei, serviciile publice ar fi interesate să consume cu rapiditate toate creditele restante la sfârşitul anului bugetar. Reporturile se pot dovedi uneori abuzive. De asemenea, libertatea reporturilor nu este totală, existând modalităţi diferite de reportare în funcţie de tipul cheltuielilor.

Când este vorba de cheltuieli ordinare, creditele nu pot fi reportate decât dacă cheltuielile sunt angajate.

Dacă este vorba de investiţii de capital, reportul este mult mai uşor, putând fi efectuate fără restricţii de la Ministerul Finanţelor.

b) Autorizaţiile de programe

O autorizaţie de program poate fi continută în Legea Finanţelor sau într-o lege program.

- Autorizaţiile de program incluse în Legea Finanţelor.

Aceasta autorizaţie de program stabileşte sumele maxime ale creditelor care pot fi angajate de un minister în cursul mai multor ani, cunoscute sub numele de operaţii de investiţii: trebuie ca ansamblul realizat să constituie un întreg care să poată fi utilizat fără obligaţia de a încorpora alte cheltuieli de investiţii suplimentare.

- Autorizaţiile de program incluse într-o lege program.

Aceste autorizaţii nu constituie decât un angajament moral, la fel ca însăşi legea program.

Excepţiile de la principiile universalităţii.

Principiul universalităţii se poate descompune în non-compensare şi non-predestinare a sumelor. Non-compensarea nu încurajează serviciul public să-şi menţina propriului capital şi chiar mai puţin să-l fructifice. Mai prozaic, serviciile publice nu au interesul să-şi valorifice “rebuturile”.

Derogările de la principiul universalităţii sunt mai puţin numeroase: se pot cita conturile speciale de trezorerie în care compensarea cheltuieli-sume totale este admisă.

Non-predestinarea veniturilor este admisă mai mult decât non-compensarea, fără îndoială pentru că predestinarea permite o votare mai uşoară în Parlament şi în cadrul oricărui Consiliu local.

În cadrul bugetului de stat se pot evidenţia conturile cu destinaţie specială, care sunt privite mai mult ca venituri decât ca resurse predestinate (de exemplu, fondul special pentru repararea şi modernizarea drumurilor este finanţat de proprietarii de autoturisme, iar Fondul forestier naţional este finanţat de fabricanţii de hârtie).

3. Unitatea bugetară

Acest principiu presupune că toate veniturile şi cheltuielilor publice să fie înscrise într-un singur document care se numeşte bugetul statului. Acest lucru dă posibilitatea cunoaşterii în orice moment a valorii resurselor statului şi a destinaţiei acestora, a surselor de provenienţă a veniturilor şi direcţiilor de utilizare a cheltuielilor publice.

În practica financiară acest principiu nu este respectat întocmai. Pe lângă bugetul ordinar al statului se elaborează şi alte bugete cum sunt:

- Bugete autonome, întocmite de unităţile administrative locale şi de întreprinderile locale cu personalitate juridică şi autonomie gestionară.
- Bugete extraordinare, în care se înscriu cheltuielile excepţionale datorate unor situaţii deosebite cum sunt: calamităţi naturale, înarmări, razboaie sau crize economice.

- Bugete anexe, care se întocmesc distinct faţă de bugetul ordinar, dar se anexează la acesta şi se votează distinct de către Parlament. Cuprind veniturile şi cheltuielile unor instituţii publice sau instituţii publice care nu au personalitate juridică.

- Conturile speciale de trezorerie cuprind încasări ce nu reprezintă un venit propriu-zis pentru bugetul de stat şi plăţi care nu au caracter nerambursabil, definitiv.

4. Echilibrul, specializarea bugetară şi publicarea bugetului.

Prin echilibrul bugetar se înţelege acoperirea integrală a cheltuielilor din veniturile ordinare (curente) ale bugetului de stat. În ţările dezvoltate, din punct de vedere economic bugetele se întocmesc şi se încheie frecvent cu deficit, întrucât în aceste ţări cheltuielile publice cresc rapid de la o perioadă la alta.

Deficitul bugetar este caracteristic nu numai ţărilor dezvoltate, ci şi ţărilor în curs de dezvoltare.

În aceste ţări, deficitul bugetar este acoperit din: sporirea cotelor de impozite existente sau prin introducerea unor noi impozite, emisiune monetară, împrumuturi interne şi externe.

Specializarea bugetară constă în aceea că veniturile bugetare trebuie să fie înscrise în buget şi aprobate de către Parlament pe surse de provenienţă, iar creditele bugetare pe categorii de cheltuieli.

Publicitatea bugetului se referă la publicarea legii privind adoptarea bugetului de stat în Monitorul Oficial sau în culegeri de stat. Cifrele bugetului referitoare atât la venituri cât şi la cheltuieli sunt date publicităţii în presa scrisă, la radio şi la televiziune.

Bugetul de stat este format din: bugetul administraţiei centrale, bugetele locale, bugetele asigurărilor sociale de stat.

Bugetul administraţiei centrale de stat se elaborează de Ministerul Finanţelor şi se aprobă de către Parlament. Acesta cuprinde proiectele de buget ale instituţiilor publice centrale (ministerele), propunerile de transferuri de fonduri bugetare pentru echilibrarea bugetelor locale şi a bugetului asigurarilor sociale de stat.

Bugetele Camerei Deputaţilor, Senatului, Preşedenţiei României, guvernului şi ale altor instituţii care nu au organe ierarhice superioare se prevăd în bugetul administraţiei centrale de stat şi se aprobă de către Parlament odată cu acesta.

La stabilirea cheltuielilor bugetului administraţiei de stat se au în vedere urmatoarele:

a. În domeniul social: utilizarea resurselor financiare ale statului pentru învatamânt, sănătate, ocrotiri şi asigurări sociale, cultură, artă, sport, protecţie ecologică.

b. În domeniul economic: acordarea de subvenţii, realizarea unor investiţii şi a altor acţiuni economice de interes public, în limita alocaţiilor bugetare stabilite prin bugetele anuale.

c. Susţinerea unor programe prioritare de cercetare ştiinţifică fundamentală.

d. Asigurarea cerinţelor de apărare ale ţării şi ale ordinii publice.

e. Finanţarea administraţiei centrale de stat şi a altor cheltuieli prevazute de lege.

Sumele aprobate prin bugetele administraţiei centrale de stat în limitele cărora se pot efectua cheltuieli cu caracter public reprezintă credite bugetare care nu pot fi depăşite.

Bugetele administraţiei locale sunt compuse din bugetele judeţelor, municipiului Bucureşti, oraşelor şi comunelor.

Fiecare unitate administrativ-teritorială îşi elaborează proiectul de buget propriu prin organele financiare din structura administraţiei publice locale în condiţii de autonomie financiară.

Proiectele bugetelor locale sunt supuse dezbaterii consiliilor locale ale unităţilor administrative respective şi se aprobă de aceste consilii cu două luni înainte de începerea execuţiei anului financiar curent.

Bugetul asigurărilor sociale de stat se elaborează distinct de bugetul administraţiei centrale de stat de către Ministerul Muncii şi Protecţiei Sociale şi se aprobă de Parlament odată cu acesta.

Izvoarele de formare a fondurilor asigurărilor sociale sunt contribuţiile ce se plătesc, în general, de către agenţii economici, ca procente aplicate asupra fondului de salarii brut al acestora, însăşi pe baza unor contribuţii individuale plătite de asiguraţi.

2.2.2 Politica monetară.

Politica monetară a statului se concretizează prin intermediul ratei dobânzii. Autorităţile monetare pot interveni în mod indirect asupra activităţii economice prin modificarea ratei dobânzii, acţiune ce se repercutează asupra nivelului creditelor acordate utilităţilor şi întreprinderilor şi deci asupra nivelului de activitate economică.

Principalele obiective ale politicii monetare sunt:

- lupta contra inflaţiei;
- echilibrul extern;
- menţinerea parităţii monedei naţionale;

- creşterea economică;
- ocuparea locurilor de muncă.

2.2.3 Politica socială.

Sistemul de protecţie socială s-a instituit în mod progresiv în toate ţările occidentale dezvoltate, începând cu ultimele decenii ale secolului al XIX-lea. Prestaţiile sociale sunt furnizate de către organismele specializate, de Securitatea Socialaă de către stat, de colectivităţile locale, de diverse organisme de asistenţă (mutuale) etc.

Principalele prestaţii sociale sunt:
- asigurările medicale;
- asigurările de maternitate;
- asigurările de invaliditate;
- asigurările contra accidentelor de muncă;
- asigurările de batrânete;
- prestaţiile familiale;
- asigurările de şomaj;
- venitul minim de inserţii;
- ajutorul social.

Finanţarea protecţiei sociale se realizează din două surse:

a) partea salarială care este plătită de către salariat, fiind prelevată asupra salariului. Salariatul primeşte deci un salariu net:

Salariul net = salariul brut - cotizaţii sociale

b) partea patronală care este plătită de către patron şi reprezintă obligaţiile (sarcinile) sociale ale întreprinderii.

Efectul de redistribuire se concretizează în venitul disponibil al agentului economic, care se determină conform relaţiei:

Venit disponibil = venit primar + protectie sociala – impozite – cotizatii sociale

Transformarea venitului primar în venit disponibil presupune, deci, atât intervenţia statului (prin impozite) cât şi a sistemului de protecţie socială (prin cotizaţiile sociale şi prestaţiile sociale).

În teoria şi practica economico-socială se disting două tipuri de redistribuire:

- redistribuirea verticală, care are ca obiectiv reducerea diferenţei dintre venituri, prin prelevări asupra veniturilor obţinute şi prin redistribuiri în beneficiul veniturilor reduse;

- redistribuirea orizontală, care are ca obiect acoperirea cheltuielilor legate de apariţia maladiilor, producerea accidentelor, apariţia şomajului, batrâneţii sau a cheltuielilor familiale. Fiecare cetăţean are dreptul la aceasta redistribuire, oricare ar fi venitul sau.

2.2.4 Planificarea indicativă şi reglementarea economico-socială
Statul dispune de întreprinderi publice prin intermediul cărora îşi realizează funcţia de producător de bunuri şi servicii. Pentru a-şi atinge obiectivele proprii, statul dispune de organisme specializate care iau măsurile necesare pentru realizarea lor.

Decizia de utilizare a mijloacelor necesare realizării obiectivului propriu se concretizează într-un plan. Aceasta decizie constituie elementul principal de diferenţiere a unui plan de un simplu proiect.

Planul trebuie, de asemenea, diferenţiat de prognoza. Planul orientează viitorul în sensul dorit de planificator, în timp ce prognoza este o cercetare atentă a evoluţiei probabile.

Statul trebuie să formuleze orientările generale, fără ca acestea să aibă un caracter obligatoriu, să incite indirect actorii vieţii economice la realizarea obiectivului propus, acţiune cunoscută sub denumirea de planificare indicativă.

Reglementarea activităţilor economice derivă din faptul ca statul este şi un “*producător de reguli*”, care urmareşte, prin crearea cadrului de desfaşurare a vieţii economice şi sociale, evoluţia economiei de piaţă (de exemplu: prin stabilirea salariului minim, a duratei legale de lucru etc.)

2.3. Limitele rolului statului în economie şi criza statului-providenţă.

În ultimele două decenii, problema limitării rolului statului în economie stă în centrul dezbaterilor în ţările occidentale dezvoltate. Critica liberală are în vedere în principal creşterea cheltuielilor publice, a numărului de funcţionari civili, ponderea excesivă a prelevărilor obligatorii şi creşterea intensă a datoriei publice. Se vorbeşte de aceea despre criza statului-providenţă.

Noţiunea de stat-providenţă desemnează, în sens strict, funcţia de redistribuire exercitată de stat prin intermediul sistemului securităţii sociale, care garantează oricărei persoane beneficierea de prestaţii sociale în schimbul contribuţiei obligatorii la cotizaţii sociale. În sens larg, statul-providenţă desemnează ansamblul funcţiilor statului în domenii variate:

protecţie socială, dar şi producţie de servicii colective (educaţie etc.), intervenţii economice şi reglarea conjuncturii.

După o perioadă de dezvoltare a statului-providenţă (pâna în anii ’80), se vorbeşte astăzi despre criza lui, care îmbracă trei aspecte: financiar, de eficienţă, şi de legitimitate.

a) Criza financiară a statului-providenţă se referă la:

- creşterea puternică a cheltuielilor pentru protecţia socială, ceea ce a necesitat o creştere repetată a nivelului prelevărilor obligatorii;

- creşterea mai redusă a încasărilor.

Prestaţiile vărsate (în special cheltuielile medicale, alocaţiile de şomaj şi pensiile) au progresat mai rapid decât prelevările, ceea ce a dus la un deficit al Sistemului Securităţii Sociale.

b) Criza de eficienţă a statului-providenţă se referă la costul ridicat al bunurilor şi serviciilor noncomerciale pe care statul le produce el însuşi.

c) Criza de legitimitate a statului-providenţă generată de dificultăţile tot mai mari în respectarea principiilor de bază ale funcţionării lui:

- principiul asigurării mutuale contra riscurilor: riscul nu devine o realitate decât pentru câtiva dintre cei care se asigură;

- principiul solidarităţii faţă de cei mai slabi: se consideră ca săracii, bolnavii, persoanele în vârstă şi şomerii au dreptul la asistenţă.

Liberalismul modern acceptă acest rol protector al statului, dar critică amploarea sa actuală şi dezvoltarea sa fără limite, pronunţându-se pentru un stat minimal.

Motivaţia criticii liberale se refera la:

a) efectele perverse ale asistenţei: protecţia poate genera o mentalitate de asistaţi; cei care beneficiază de ea ar putea aştepta în mod pasiv bunăstarea, fericirea şi protecţia faţă de orice risc, fără să mai încerce să se descurce prin ei înşişi;

b) îngreunarea sarcinilor (obligaţiilor) sociale penalizează oferta de locuri de muncă: creşterea cotizaţiilor sociale şi în special a sarcinilor patronale apasă pe costurile salariale, deci acţionează ca o frână pentru angajare (patronii sunt incitaţi să substituie munca prin capital, adică să înlocuiască muncitorii cu utilaje);

c) reducerea inegalităţilor şi teoria “inegalităţii echitabile” (John Rawls): redistribuirea verticală (de la bogaţi către săraci) este legitimă atâta timp cât aceste ecarturi sunt mari. În prezent, în ţările occidentale dezvoltate, o mare parte din populaţie are sentimentul că aparţine clasei

medii ("pătura de mijloc"), ca urmare necesitatea reducerii inegalităţilor este mai puţin pregnantă.

Remediile liberale cu privire la serviciile publice vizează o gamă largă de propuneri care au ca obiect comun tendinţa de a se transfera asupra asigurărilor voluntare şi a economisirii individuale o parte dintre cheltuielile statului-providenţă, astfel încât să se obţină o mai mare responsabilizare a beneficiarilor de servicii publice. De exemplu, în domeniul sănătăţii se poate:

- reduce partea cheltuielilor de sănătate acoperite de către Securitatea Socială şi creşte partea asumată de către pacienţi, precum şi recurgerea la asigurări private complementare;

- privatiza oferta de îngrijiri medicale (odată cu dezvoltarea clinicilor şi a spitalelor private), astfel încât să se obţină o reducere a costurilor sub efectul căutării profitului şi sub efectul concurenţei.

În domeniul pensiilor, capitalizarea ar veni să completeze sistemul de repartizare: persoanele active ar fi incitate să îşi ia un capital de batrâneţe încă din timpul activităţii.

În Statele Unite ale Americii nu exista un sistem generalizat de protecţie socială. Sistemul actual este mixt şi combină:

1) un sistem de asigurări privat, pentru categoriile de venituri medii şi ridicate; asigurările sunt contractate pe lângă companiile de asigurări, fie de către indivizii înşişi, dacă sunt muncitori independenţi sau liber profesionişti, fie prin intermediul întreprinderilor lor.

Majoritatea întreprinderilor mici şi mijlocii refuză să subscrie însă, în situaţia în care companiile de asigurări le impun prime mai ridicate decât întreprinderilor mari.

Pe lângă aceste cotizaţii destinate asigurărilor, întreprinderile mai colectează şi cotizaţiile de pensie de la salariaţii lor, pe care le încredinţează spre gestiune unor organisme specializate în acest sens.

2) un sistem public de protecţie care garantează un minimum de acoperire a cheltuielilor de sănătate pentru persoanele în vârsta de peste 65 ani şi pentru cei mai săraci.

De asemenea, oferta americană de îngrijiri medicale este mixtă: alături de spitalele publice, care primesc clientela cu venituri reduse, funcţionează clinici şi lanţuri de spitale private, care practică plata actului medical.

O parte din oferta de servicii medicale este realizată de către HMO (Health Maintenance Organizations), pe lângă care clienţii subscriu contracte de sănătate: este vorba de o protecţie socială "à la carte" deoarece sfera prestaţiilor acordate depinde de suma forfetară vărsată de

client. Tariful depinde, la rândul lui, de vârsta şi de antecedentele familiale ale clientului.

Limitele şi pericolele propunerilor liberale Limitele sunt, în primul rând, de ordin sociologic: nu este sigur că clienţii statului-providenţă, chiar daca îl consideră ca având o eficienţă redusă şi ca fiind prea costisitor, ar fi dispusş să renunţe la avantajele sale.

În al doilea rând, nu este sigur că modelul liberal ar fi, pe plan economic, mai eficace: sistemul american este cel mai costisitor din lume (consumă 14% din Produsul National Brut, faţă de 9,4% în Franţa şi 6,6% în Marea Britanie) şi lasă totuşi un american din şapte fără nici o protecţie socială. Spitalele publice sunt debordate, iar costurile îngrijirii medicale în clinicile private sunt foarte mari.

Pericolul principal constă în agravarea inegalităţilor, mergând pâna la crearea unei societăţi duale: de o parte se află cei mai bogaţi, care au mijloacele să se asigure şi să îşi pregătească o pensie convenabilă, iar de cealaltă parte, săracii, şomerii şi invalizii care nu ar putea niciodată să cotizeze suficient pentru a realiza acest lucru.

Critica liberală porneşte de la două premise:

- Statul nu trebuie să producă bunuri şi servicii comerciale, deoarece economia de piaţă şi întreprinderile private îndeplinesc mai bine acest rol. Întreprinderea publică nu este stimulată să îşi reducă costurile şi să vândă la cel mai bun preţ, deoarece ea nu este supusă stimulentelor care acţionează asupra întreprinderii concurenţiale (profitul şi respectiv falimentul).

- Gestiunea publică a serviciilor colective (servicii necomerciale) este costisitoare.

Poziţia liberalilor este mai nuanţată în ceea ce priveşte producţia acestor servicii. Adam Smith consideră că statul trebuie să creeze şi să menţină instituţiile publice, edificiile şi lucrările publice care, deşi foarte utile, nu permit obţinerea unui profit suficient pentru a acoperi cheltuielile unui individ sau ale unui grup de cetăţeni, care, nu ar putea să le întreprindă. Adam Smith arată astfel limitele pieţei şi justifică necesitatea ca statul să producă bunuri şi servicii socialmente “utile”, dar care sunt nerentabile pentru o întreprindere privată. Liberalii nu contestă, că statul ar avea un rol de jucat în oferta de bunuri publice: ansamblul agenţilor economici beneficiază de efectele lor externe, fie ca este vorba despre educaţie, cultură, cercetare sau protecţia mediului. Ei denunţă însă monopolul de gestiune şi funcţionarea birocratică a acestor servicii, care le cresc costurile; ei caută un mod ca aceste servicii să fie produse de

către piaţă şi să fie supuse concurenţei, ceea ce ar contribui la scăderea costului lor pentru colectivitate.

Remediile liberale vizează privatizările şi gestiunea comercială de piaţă a serviciilor colective.

Privatizarea unei întreprinderi publice înseamnă vânzarea majorităţii sau totalităţii capitalului ei către acţionarii privaţi.

Guvernul Margaret Thatcher a privatizat, începând din anul 1981, circa jumatate din sectorul public englez: British Aerospace, British Gas, British Airways, British Telecom, British Steel etc.

Guvernul Jaques Chirac a iniţiat şi el, din 1986, un program de privatizări: Compania Generala de Electricitate, Agence Hawas (presa), TF 1, diverse banci şi companii de asigurări.

Obiectivele privatizării întreprinderilor publice sunt:

1. creşterea productivităţii: supuse concurenţei, întreprinderile îşi vor ameliora rentabilitatea, pentru a putea supravieţui;

2. ameliorarea finanţelor publice: sumele din privatizare pot fi utilizate de către stat pentru rambursarea datoriei publice;

3. dezvoltarea acţionariatului popular.

Gestiunea de piaţă a serviciilor colective presupune încredinţarea gestiunii acestora unor întreprinderi private, pe baza unor contracte cu statul. Ca şi pentru pieţele de lucrări publice, statul ar supune o cerere de ofertă concurenţei şi ar alege dintre întreprinderi pe cea care oferă condiţiile cele mai avantajoase. Statul ramâne însă suveran în decizia de a produce serviciile colective şi de asemenea el asigură finanţarea acestora.

De exemplu, comunele pot să încredinţeze gestiunea cantinelor şcolare unor întreprinderi private. Statul subvenţionează, însă, preţul meselor şi le controlează calitatea. De asemenea, statul poate concesiona unor întreprinderi private construirea şi gestionarea autostrăzilor: sistemul de taxare face posibilă rentabilizarea acestei activităţi.

Obiectivul actual pentru ţările occidentale dezvoltate nu este, însă, reîntoarcerea la statul minimal din secolul al XVIII-lea. Exemplul Statelor Unite ale Americii care, după doisprezece ani de administraţie Reagan, îşi ameliorează sistemul de protecţie socială conform modelului european, este semnificativ. Ceea ce se aşteaptă de la stat este ca el să fie în acelaşi timp mai apropiat de nevoile reale ale societăţii, dar şi mai econom şi mai eficace în gestiunea sa. Mai degrabă decât “reducerea rolului statului” se caută “îmbunătăţirea intervenţiilor statului”.

CAPITOLUL 3

3. SERVICIILE PUBLICE, COMPONENTĂ A SISTEMULUI TERŢIAR

3.1. Definirea nţiunii de serviciu public.

În limbaj curent, noţiunea de serviciu public este utilizată pentru a desemna o activitate de interes general, prestată de un organism, adică de o persoana juridică, autorizată de o autoritate a administraţiei publice.

Există două accepţiuni în legatură cu definirea noţiunii de serviciu public:

1. **Definire în sens material** sau, altfel spus, ca tip de activitate de interes general pe care administraţia înţelege să şi-o asume.

2**. Definire în sensul organic** sau, altfel spus, organismul prin intermediul căruia se realizează o activitate de interes general.

Noţiune complexă şi esenţială a dreptului administrativ, acest concept a suportat modificări importante de-a lungul timpului, care l-au făcut să îşi piardă claritatea iniţială. În doctrina occidentală s-au conturat până în prezent trei definiţii care coexistă şi care au fost preluate în legislaţia comunitară.

• **Definiţia clasică**, conturată la începutul secolului XX, consideră că serviciul public este acea activitate de interes general prestată numai de o persoana publică. În această accepţiune subzistă definiţia lui Duguit, potrivit căruia serviciul public este "activitatea pe care guvernanţii sunt obligaţi să o presteze în interesul celor guvernaţi". Este evident că definirea serviciului public se face după natura juridică a organului care îl prestează şi care trebuie neapărat să fie persoana publică, adică statul, colectivitate locală sau altă instituţie publică. La această semnificaţie M. Haurion adaugă sintagma serviciu public prin "natură" (şi nu după persoana care-l prestează) pentru a se opune lărgirii semnificaţiei serviciului public la orice tip de activitate pe care-l desfăşoară autorităţile statului.

• **Definiţia interbelică** a apărut ca o necesitate impusă de dezvoltarea economică spectaculoasă a societăţii care solicită servicii publice variate, flexibile şi operative. Pâna în anul 1939, aceste servicii erau apanajul statului şi instituţiilor sale care nu mai puteau face faţă cerinţelor sociale, astfel încât s-a văzut nevoit să încredinţeze unele servicii publice către alte persoane private. Astfel a apărut ideea prestării

unui serviciu public prin intermediul unei firme private. Această definiţie ramânea deficitară pentru că nu preciza în ce condiţii activitatea unei persoane private poate fi considerată serviciu public.

Această dilemă este lamurită în 1964 când Laubodere arată că: Serviciul public este activitatea de interes general, prestată de o persoană privată având prerogativele puterii publice sub controlul administraţiei". Aşadar, prima condiţie este " interesul general". Atunci când analizăm însă activitatea unei persoane private este foarte greu să delimităm până unde merge interesul general şi de unde începe interesul particular. Cea mai bună distincţie este aceea dintre activităţile necesare şi activităţile profitabile: serviciile publice au ca prim obiectiv interesul public şi nu obţinerea de profit.

A doua condiţie, mijloacele puterii publice, sunt privilegii acordate persoanei private care serveşte interesul general şi ca atare se bucură de autoritate în raport cu terţii. Acest raport de autoritate permite fie monopolul asupra unei activităţi, fie emiterea de acte cu caracter unilateral sau chiar stabilirea de taxe.

A treia condiţie se referă la "controlul administraţiei" asupra activităţii de prestări servicii publice.

Această condiţie derivă din faptul că o persoană privată poate presta un serviciu public numai printr-o delegare dată de o persoană publică. Această delegare se poate face fie printr-un contract fie printr-un act administrativ unilateral explicit sau implicit. Delegarea este necesară pentru a circumscrie limitele în interiorul cărora poate acţiona cel împuternicit.

• **Definiţia actuală** s-a conturat la sfârşitul anilor '80 ca urmare a evoluţiei democraţiei, recunoscându-se faptul că unele servicii publice desfăşurate de persoane private nu trebuie să se bucure neapărat de prerogativele puterii publice. Precizarea este necesară întrucât o serie de servicii publice de interes social cum ar fi cele de sănătate, cultură, învaţământ etc. se realizează de către persoane private, dar fără prerogativele puterii publice. Ideea democratismului şi descentralizării a impus în practică sistemul preluării gestiunii serviciilor publice din mâna statului şi predării lor către persoane private, în condiţiile mai sus amintite. În jurisprudenţă s-a răspândit astfel sintagma "servicii private de interes general" care nu corespunde însă pe deplin celor trei condiţii stabilite în practica administraţiei publice, nici chiar în ţările dezvoltate. Cel puţin sub aspectul controlului, serviciile publice sunt subordonate administraţiei mai mult ca oricând.

În concluzie, astăzi, identificarea unui serviciu public presupune luarea în considerare a trei elemente.

a) Elementul material: serviciul public este, în primul rând, o activitate de interes general.

Această întâietate a elementului material a apărut odată cu punerea sub semnul întrebării a criteriului organic. Serviciul public nu mai este privit ca un organism public, ci, în special, ca o activitate care răspunde unui obiectiv de interes general. Aceasta activitate poate fi asigurată eventual de către o persoană privată. Trebuie, de asemenea, menţionat ca orice activitate de interes general reprezintă şi un serviciu public.

b) Elementul voluntarist, adică intenţia puterilor publice. Nu va exista un serviciu public decât dacă puterile publice (autorităţi naţionale sau locale) şi-au manifestat intenţia de a-şi asuma (direct sau indirect) o activitate de interes general. Nu există, deci, servicii publice “prin natura lor”.

Noţiunea de serviciu public apare, de aceea, ca o noţiune subiectivă şi evolutivă. Evoluţia are loc în sensul lărgirii sferei de cuprindere. Astfel, odată cu dezvoltarea nevoilor în domeniul petrecerii timpului liber, activităţi cum ar fi exploatarea unui teatru, a unui teleski într-o staţiune montană sau organizarea de competiţii de către federaţiile sportive au căpătat eticheta de servicii publice.

Există anumite dificultăţi în identificarea intenţiei exacte a guvernanţilor, mai ales atunci când ei încredinţează anumite activităţi de interes general unor persoane private, în mod expres ca fiind servicii publice. Este necesară, atunci, prezenţa a trei indicii pentru a putea identifica serviciul public:

- activitatea trebuie să răspundă unei misiuni de interes general;
- organizaţia privată respectivă trebuie să dispună de veritabile prerogative de putere publică;
- organizaţia privată respectivă trebuie să fie supusă unui control din partea puterilor publice.

În majoritatea cazurilor, voinţa puterilor publice este uşor de identificat: persoana publica respectivă îşi asumă în mod direct activitatea de interes general în cauză. Dacă activitatea de interes general este asigurată de către o persoană privată, trebuie să se ţină seama în mod special de controlul administraţiei (de către puterea publică). Orice serviciu public depinde, deci, în mod direct sau indirect, de voinţa unei persoane publice care decide crearea sa, modul de gestiune, regulile fundamentale de organizare.

c) Elementul formal. Regulile aplicabile în mod normal activităţilor de servicii publice provin din acel regim juridic căruia îi este supusă activitatea de interes general în cauză.

Existenţa unui regim juridic specific, regimul de drept administrativ, apare în mod clar atunci când serviciul public este asigurat în mod direct de către o persoană publică. Realizarea acestei misiuni este însoţită întotdeauna de prerogative sau de constrângeri caracteristice (proprii) dreptului public.

Dacă serviciul este asigurat de către o persoană privată, referirea la regimul de drept administrativ are doar o valoare de criteriu de identificare a serviciului public. Aşa cum s-a aratat mai sus, pentru existenţa serviciului public, trebuie să existe un control din partea puterilor publice şi o concesionare a prerogativelor puterii publice către persoana privată.

3.2. Criza noţiunii de serviciu public.

La începutul secolului XX, dreptul administrativ era prezentat ca fiind dreptul serviciilor publice, iar noţiunea de serviciu public este definită pe baza a trei elemente; serviciul public este orice activitate de interes general (elementul material), asumată de o persoană publică (elementul organic) şi supusă dreptului administrativ (elementul formal).

Această construcţie nu va rezista însă, sub presiunea diferiţilor factori care determină disocierea celor trei elemente şi, în primul rând, a elementelor organic şi material: dacă activităţile persoanelor publice sunt prezumate ca fiind activităţi de servicii publice, se admite că pot asigura (şi) activităţi private, cum ar fi gestiunea domeniului privat. În acest fel, de la începutul secolului XX, servicii publice importante (distribuirea apei, căile ferate, transporturile urbane) fac obiectul unei concesionări în favoarea unor persoane private, care asigură gestiunea acestora. Într-un anumit sens, elementul organic subzistă, dar într-o manieră atenuată datorită controlului exercitat de către persoana publică care concesionează, care rămâne prezentă şi acţionează prin intermediul persoanei private interpuse (persoana privată este legată prin contractul de concesiune de persoana publică).

Disocierea reală între elementele material şi organic intervine odată cu dezvoltarea gestionării serviciilor publice de către persoane private, în afara oricărei concesionări. Acest fenomen a fost admis odată cu apariţia primelor case de asigurări sociale private şi arată ca serviciul public nu mai implică neapărat intervenţia unei persoane publice care să-şi asume realizarea sau măcar responsabilitatea realizării serviciului public – ipostaza tot mai frecventă astăzi.

În ceea ce priveşte disocierea între elementul material şi elementul formal (regimul de drept public), ea a apărut încă de la începutul secolului XX şi cunoaşte o continuă amplificare. Ne referim în primul rând la ideea "gestiunii private" în cadrul serviciilor publice, adică la posibilitatea de a supune anumite acte dreptului privat (altfel spus, administraţia poate încheia contracte în condiţiile dreptului privat, chiar dacă ea acţionează în interesul serviciului public).

Fenomenul de disociere ia o amploare deosebită odată cu consacrarea serviciilor publice subordonate dreptului privat, aşa numitele servicii publice industriale şi comerciale (servicii publice cu gestiune privată). O persoană publică poate exploata un serviciu public în aceleaşi condiţii ca şi o persoană privată. Ca urmare, o întreagă serie de servicii publice, din ce în ce mai largă, ca urmare a accentuării intervenţionismului economic statal după primul razboi mondial (altfel spus, ca urmare a intensificării asumării de către persoane publice a serviciilor cu obiect economic, ca de exemplu activităţilor de transport), este supusă dreptului privat. Dreptul privat nu mai priveşte doar anumite aspecte ale gestiunii, ci serviciul public considerat în ansamblul sau.

3.3. Tipologia serviciilor publice.

În literatura de specialitate se utilizează mai multe criterii de clasificare a serviciilor publice.

1. După natura serviciilor publice se disting: servicii publice administrative (SPA) şi servicii publice industriale şi comerciale (SPIC) Pâna în primii ani ai secolului XX erau recunoscute de către stat aşa-numitele servicii publice administrative, deoarece ele erau ca obiect o activitate de natură administrativă şi nu comercială. Ca atare, activităţile umane se împărţeau în două mari categorii: activităţi administrative, pe care le putea desfăşura numai statul / instituţiile sale, şi activităţile industriale sau comerciale, pe care le îndeplineau persoanele private. În realitate, încă din secolul trecut autorităţile administraţiei publice au preluat activităţi industriale şi comerciale (transportul feroviar, exploatarea liniilor de tramvai, distribuţia de gaze şi electricitate etc.)

Între nivelul de dezvoltare economico-socială şi controlul administrativ al unor sectoare de activitate s-a creat o contradicţie care, în cele din urmă, a dus la soluţia concesionării serviciilor comerciale şi industriale de stat către persoane private.

Pe de altă parte, dispariţia totală a statului "jandarm" şi instaurarea statului "providenţei" a permis din ce în ce mai mult intervenţia

colectivităţilor locale în activităţile comerciale şi industriale, preluarea în gestiune proprie a acestor activităţi.

În doctrina s-a considerat necesara distincţia dintre SPA şi SPIC pentru a putea şti cărui regim juridic corespund: serviciilor administrative trebuie să li se aplice regimul juridic administrativ, iar serviciilor cu caracter industrial şi comercial regimul juridic civil. Pentru a face însă distincţia între SPA şi SPIC s-a recurs la o serie de criterii:

- primul criteriu este acela al "obiectului", adică al substanţei înseşi a activităţii; dacă activitatea este comparabilă cu aceea a întreprinderii private, se poate considera că suntem în prezenţa unui SPIC (exemplu: activitatea de transport), iar în caz contrar suntem în prezenţa unui SPA (exemplu: un serviciu de asistenţă socială);

- al doilea criteriu se referă la modul de finanţare a serviciului respectiv: astfel, dacă serviciul îşi acoperă cheltuielile din taxele plătite de beneficiari, suntem în prezenţa unui SPIC; dimpotrivă, dacă sursele de finanţare vin de la buget central/local, suntem în prezenţa unui SPA.

Aşadar, un serviciu public este SPA daca are ca sursă de finanţare o taxă de natură fiscală sau este un SPIC dacă încasează taxele de la usageri-beneficiari,

- al treilea criteriu se referă la modul de organizare şi funcţionare: dacă regulile sunt derogatorii de la dreptul civil, atunci este vorba de un SPA, în caz contrar fiind vorba de un SPIC.

Sunt, evident, servicii publice administrative cele care funcţionează pe baza regulilor de contabilitate/finante publice.

În doctrina s-a pus problema dacă pot exista şi alte servicii publice în afară de SPA şi SPIC; de pildă, acele instituţii cu caracter ştiinţific, cultural sau educativ organizate de societăţi private, dar având ca obiect un interes general (ştiinţa, cultura, educaţia).

În tratatul său, A. de Laubadere consideră ca serviciile publice corporative şi/sau generate de organisme de intervenţie economică sau ordine profesionale, constituie o a treia categorie de servicii publice. Caracterul specific al acestui tip de servicii publice rezidă în faptul că "personalul de conducere este recrutat dintre aceia care desfăşoară acelaşi tip de activitate ca şi cel pe care-l generează".

Foarte important de reţinut ca regimul juridic aplicabil acestor servicii publice "corporative" este un regim mixt: pe de o parte, predomină regulile dreptului public (specifice numai SPA) pe de altă parte, funcţionarea lor este liberă, supusă regulilor de drept civil, specifice numai SPIC).

În practică însă, instanţele consideră că acest tip de servicii publice este fie SPA (atunci când, premisele speţei conduc la această concluzie), fie SPIC.

În literatura de specialitate se întâlneşte şi denumirea “servicii publice sociale”. Aceasta denumire a fost iniţial utilizată pentru a distinge serviciile publice care aveau ca obiect social unic domeniul educaţiei: creşe, gradiniţe, tabere şcolare etc. Deşi este evident că obiectul unor asemenea servicii are caracter social, totuşi trebuie luate în considerare şi celelalte două criterii şi anume, modul de finanţare şi modul de funcţionare.

Din punctul de vedere al administraţiei publice locale trebuie precizat că există servicii cu caracter exclusiv administrativ pe care autorităţile publice nu le pot încredinţa altor persoane (protecţia civilă, autoritatea tutelară, starea civilă, autorizarea construcţiilor sau licenţierea transportului), precum şi servicii care pot fi delegate altor persoane (salubritatea, iluminatul stradal, deratizarea, ecarisajul etc.).

În sfârsit, se mai pot clasifica aceste servicii publice şi după importanţa socială în servicii publice vitale (alimentare cu apă, canalizare, distribuţie de energie electrică, termoficare) sau servicii publice facultative (amenajarea de parcuri de distracţii, centre de informare etc.).

2. Dupa modul în care se realizează interesul general, deosebim :

a) servicii publice al căror scop este satisfacerea directă şi individuală a cetăţenilor;

b) servicii publice care oferă avantaje particularilor în mod indirect;

c) servicii publice destinate colectivităţii în ansamblu.

3. După raporturile cu serviciile private, putem remarca:

a) servicii monopolizate;

b) servicii pe care administraţia publică le exercită în paralel cu persoane autorizate;

c) servicii publice exercitate de persoane private, autorizate sub controlul unei autorităţi a administraţiei publice.

4. Din punct de vedere al delegării lor:

a) servicii publice cu caracter exclusiv administrativ pe care autorităţile publice nu le pot încredinţa altor persoane (protecţia civilă, autoritatea tutelară, starea civilă);

b) servicii publice care pot fi delegate altor persoane (salubritate, ecarisaj, iluminatul stradal, deratizare).

5. Din punct de vedere al importanţei sociale:

a) servicii publice vitale (alimentare cu apă, canalizare, termoficare);

b) servicii publice facultative (amenajare parcuri şi locuri de distracţii, centre de informare) etc.

6. În raport cu colectivităţile publice de care depind, distingem:

a) Servicii publice interne şi extrateritoriale. Într-o manieră generală, toate serviciile sunt în cadrul geografic al statului, dar sunt unele care se prelungesc în exterior (de exemplu: afacerile externe au o administraţie centrală şi organe şi agenţi în exterior, serviciul marină-aviaţie, care se execută în afara graniţelor). Cu toate acestea, prezintă puţin interes din punct de vedere al structurii generale şi al regulilor de funcţionare a serviciilor;

b) Serviciile civile şi cele militare. Cele din urmă sunt supuse unei discipline foarte stricte, organizate şi conduse după reguli care, parţial, le sunt proprii. În multe ţări ele dispun, chiar în timp de pace, de puterea de rechiziţie a oamenilor obligaţi să petreacă un anumit timp sub drapel şi de anumite puteri de rechiziţie a bunurilor.

7. După gradul de cuprindere, distingem:

a) servicii de importanţă naţională, organizate la scara întregului teritoriu;

b) servicii locale, organizate la scara colectivităţilor teritoriale judetene, municipale, orăşeneşti sau comunale.

În Europa sub influenţa Franţei, coordonarea generală a serviciilor locale şi de stat aparţine executivului într-o unitate administrativă mai vastă şi anume: prefectul este ajutat de agenţi, birouri, servicii. În Spania, acesta se numeşte guvernator civil, în Belgia, guvernator de provincie, în Germania, preşedinte de district.

8. În practică internaţională se utilizează clasificarea bunurilor şi serviciilor după natura acestora, modul de folosire, procesul tehnologic, organizare şi finanţare, acţiune cunoscută sub denumirea de Clasificarea Activităţilor din Economia Naţională (CAEN). Din acest punct de vedere, serviciile publice sunt încadrate pe secţiuni, subsecţiuni, diviziuni, grupe şi clase, după cum urmează :

75 Administraţie publică şi aparare; asistenţa socială obligatorie

751 Administraţie generală

7511 Activităţi de administraţie generală

7512 Administrarea activităţii organismelor care acţionează în domeniul îngrijirii sănătăţii, învăţământului, culturii şi al altor activităţi sociale, cu excepţia asistenţei sociale obligatorii.

7513 Administrarea si sustinerea activităţilor economice

7514 Activităţi auxiliare pentru guvern

7515 Administrarea activităţilor pentru protecţia mediului înconjurător

752 Servicii pentru societate

7521 Activităţi de afaceri externe

7522 Activităţi de apărare naţională

7523 Activităţi de justitie

7524 Activităţi de ordine publică

7525 Activităţi de protecţie civilă

753 Activităţi de protecţie socială obligatorie

7531 Activităţi de protecţie socială obligatorie (exclusiv ajutoarele pentru somaj)

7532 Gestionarea fondului de somaj

ÎNVĂŢĂMÂNT

80 Învăţământ

801 Învăţământ preşcolar şi primar

8021 Învăţământ gimnazial

8022 Învăţământ liceal

8023 Învăţământ profesional

824 Învăţământ postliceal

803 Învăţământ superior

8031 Învăţământ superior

8032 Învăţământ postuniversitar şi de doctorat

SĂNĂTATE ŞI ASISTENŢĂ SOCIALĂ

85 Sănătate şi asistenţă socială

851 Activităţi referitoare la activitatea umană

8511 Activităţi de asistenţă spitalicească şi sănătorială

8512 Activităţi de asistenţă medicală ambulatorie

8513 Activităţi de asistenţă stomatologică

8514 Alte activităţi de asistenţă medicală

852 Activităţi veterinare

8520 Activităţi veterinare

853 Asistenţă socială

8531 Activităţi de asistenţă socială cu cazare

8532 Activitati de asistenta sociala fara cazare

ALTE ACTIVITĂŢI DE SERVICII COLECTIVE, SOCIALE ŞI PERSONALE

90 Asanarea şi îndepartarea gunoaielor; salubritatea şi activităţi similare

900 Asanarea şi îndepartarea gunoaielor; salubritate şi activităţi similare

9000 Asanarea şi îndepartarea gunoaielor; salubritate şi activităţi similare

91 Activităţi sociative diverse

911 Activităţi ale organizaţiilor economice şi patronale

9111 Activităţi ale organizaţiilor economice şi patronale

9112 Activităţi ale organizaţiilor profesionale

912 Activităţi ale sindicatelor salariaţilor

9120 Activităţi ale sindicatelor salariaţilor

913 Alte activităţi asociative

9131 Activităţi ale organizaţiilor religioase

9132 Activităţi ale organizaţiilor politice

9133 Alte activităţi asociative

92 Activităţi recreative, culturale şi sportive

921 Activităţi cinematografice şi video

9211 Producţie de filme cinematografice şi video

9212 Distribuţie de filme cinematografice şi video

9213 Proiecte de filme cinematografice

922 Activităţi de radio şi televiziune

9220 Activităţi de radio şi televiziune

923 Activităţi de spectacole

9231 Activităţi de artă şi spectacole

9232 Activităţi de gestionare a sălilor de spectacol

9233 Alte activităţi de spectacole

924 Activităţi ale agenţilor de presă

9240 Activităţi ale agenţilor de presă

925 Activităţi ale bibliotecilor, arhivelor, muzeelor şi alte activităţi culturale

9251 Activităţi ale bibliotecilor şi arhivelor

9252 Activităţi ale muzeelor, conservarea monumentelor şi cladirilor istorice

9253 Activităţi ale gradinilor botanice şi zoologice şi ale rezervaţiilor naturale

926 Activităţi sportive
9261 Activităţi ale bazelor sportive
9262 Alte activităţi sportive
927 Alte activităţi recreative
9271 Jocuri de noroc
9272 Parcuri de recreaţii şi plaje
9273 Alte activităţi recreative
93 Alte activităţi de servicii pentru persoane fizice
930 Alte activităţi de servicii pentru persoane fizice
9301 Spălarea, curăţarea şi vopsirea textilelor şi blănurilor
9302 Coafura şi alte activităţi de înfrumuseţare
9303 Activităţi de pompe funebre şi similare
9304 Activităţi de întreţinere corporală
9305 Alte activitati de servicii pentru persoane fizice

ACTIVITĂŢI ALE PERSONALULUI ANGAJAT ÎN GOSPODĂRII PERSONALE
94 Activităţi ale personalului angajat în gospodării personale
950 Activităţi ale personalului angajat în gospodări personale
9500 Activităţi ale personalului angajat în gospodării personale

ACTIVITĂŢI ALE ORGANIZAŢIILOR ŞI ORGANISMELOR EXTRATERITORIALE
99 Activităţi ale organizaţiilor şi organismelor extrateritoriale
990 Activităţi ale organizaţiilor şi organismelor extrateritoriale
9900 Activităţi ale organizaţiilor şi organismelor extrateritoriale

România a adoptat Clasificarea Activităţilor din Economia Naţională (CAEN) încă din anul 1990, ceea ce a permis identificarea tuturor activităţilor şi unificarea denumirilor, sistematizarea şi codificarea lor şi pe această bază posibilitatea utilizării sistemelor informatice de prelucrare şi analiză a datelor, conectarea la structurile internaţionale de tipul tabelelor input-output şi la Sistemul Conturilor Naţionale.

Nevoia socială – factor principal de apariţie şi diversificare a serviciilor Sfera serviciilor capătă dimensiuni tot mai mari în viaţa social-economică a unei ţări civilizate ca urmare a acţiunii unor factori obiectivi. Stimulentul esenţial al apariţiei şi amplificării serviciilor îl constituie nevoia socială (dorinţă, cerinţă).

Nevoia socială poate fi definită ca fiind ansamblul dorinţelor a căror satisfacere este considerată de membrii unei colectivităţi ca fiind

indispensabilă pentru asigurarea unui nivel şi stil de viaţă în conformitate cu nivelul de dezvoltare şi statutul grupului.

Nevoile sociale sunt o creaţie a istoriei şi a structurilor sociale. Ele variază în funcţie de nivelul de dezvoltare a societăţii, de sfera şi structura trebuinţelor, de impulsul ştiinţei şi tehnicii etc.

De exemplu, atunci când distanţa de la şi până la locul de muncă este mare, când se anulează garnituri de tren sau se suspendă linii ale mijloacelor de transport în comun, este adesea necesar un vehicul individual; autoturismul este, în acest caz, o nevoie socială obiectivă.

Nevoia socială nu trebuie confundată cu cererea de produse şi servicii. Aceasta din urmă, fiind o categorie a pieţei, are o sferă mai restrânsă cuprinzând numai o parte a nevoii sociale care este satisfacută prin procesul de vânzare-cumparare.

Pentru a înţelege modul în care nevoia socială determină apariţia de servicii se impune o clasificare a acestora după anumite criterii, între care reţinem:

Din punct de vedere al ariei de cuprindere:

1. Nevoi individuale care se manifestă ca cerinţe directe ale fiecărui membru al colectivităţii;

2. Nevoi generale care reprezintă un ansamblu de cerinţe individuale, manifestate nu direct de fiecare membru al societăţii (colectivităţii) ci, indirect, ca cerinţe ale întregii societăţi (colectivităţi).

Nevoile individuale, la rândul lor, se împart în trei categorii:

- nevoi primare (fiziologice) care sunt indispensabile vieţii, cum ar fi: hrana, îmbracămintea, încalţămintea etc.;
- nevoi secundare (spirituale) care sunt necesare pentru instruirea şi educarea speciei umane, dar nu indispensabile pentru a supravietui (cultura, arta, învăţământ);
- nevoi sociale care sunt determinate de interesul fiecărui individ şi al societăţii de a conserva sănătatea şi de a da longevităţii şi vieţii un sens pozitiv (odihnă, recreare, ocrotirea sănătăţii etc.).

Termenul de nevoie este folosit cel mai adesea în legatură cu fiinţa umană, dar uzantă face ca acelaşi termen să fie utilizat, nu de puţine ori, pentru a caracteriza ansamblul mijloacelor necesare pentru atingerea unui anumit obiectiv (misiuni).

În acest sens se va vorbi de nevoi ale aparatului de producţie. Nu se pot produce bunuri şi nu pot fi prestate servicii decât punând în funcţiune maşini, prelucrând resurse materiale şi angajând mâna de lucru în proporţie şi calităţi care sunt definite prin consideraţii tehnice.

Structura şi nivelul calitativ al bunurilor şi serviciilor trebuie să raspundă nevoilor sociale, în caz contrar, ele ramânând simple aspiraţii. Aflându-se permanent înaintea producţiei, a posibilităţilor societăţii de a le satisface, nevoile sociale constituie un impuls al producţiei materiale şi spirituale.

Odată aparută şi devenită conştientă, nevoia socială poate fi satisfăcută pe mai multe căi: consum de produse din gospodărie proprie, cumpărare de mărfuri, cumpărare de servicii, servicii oferite de societate.

Progresele înregistrate în ştiinţă şi tehnica antrenează apariţia, dezvoltarea şi diversificarea nevoilor spirituale şi sociale care sunt satisfăcute pe seama serviciilor. Astfel, noile exigenţe în raport cu forţa de muncă impun creşterea preocupărilor pentru educarea, instruirea, formarea şi perfecţionarea acesteia, de unde decurge atenţia deosebită ce trebuie acordată învăţământului.

De asemenea, mutaţiile structurale ce intervin în economie, procesul de urbanizare şi alţi factori care însoţesc R.T.S. contemporană generează noi cerinţe sociale: protejarea mediului înconjurător, ocrotirea sănătăţii oamenilor faţă de eventuale nocivităţi, întreţinerea şi revitalizarea drumurilor etc., toate acestea realizându-se pe seama serviciilor: cultură, artă, turism, odihnă, sport etc.

Chiar şi în structura unora dintre nevoile sociologice apar modificări.

Astfel, în conditiile vastului proces de urbanizare, nevoia de locuinta capătă noi dimensiuni.

Satisfacerea acestei nevoi presupune nu numai existenţa locuinţei ca spaţiu de desfăşurare a activităţii casnice, ci şi existenţa unui anumit confort: instalaţii şi dotari de încalzire, instalaţii de iluminat, spaţiu special pentru odihna activă şi recreare, situarea locuinţei la o anumită distanţă faţă de locul de muncă etc.

Realizarea acestui confort este posibilă numai în condiţiile existenţei unor servicii corespunzătoare ca volum şi structură: mijloace moderne de transport urban, tehnica modernă de dirijare a circulaţiei, servicii de administrare locativa, servicii de distribuire a apei, energiei si gazelor, servicii de telecomunicaţii etc.

Nevoia socială de servicii se manifestă nu numai sub forma nevoilor individuale ci şi sub forma nevoilor generale. Nevoile generale de consum sunt satisfăcute prin intermediul unor servicii publice (învăţământ, sănătate, protecţia mediului etc.) care sunt subvenţionate de la bugetul de stat sau de la bugetele colectivităţilor locale precum şi prin intermediul

unor servicii private a caror contravaloare este achitată de beneficiarii acestora.

Nevoile generale ale aparatului de producţie generează, de asemenea, apariţia unor servicii de cercetare, analize economice, de informatică, de leasing etc. menite să contribuie la creşterea eficienţei activităţii diferiţilor agenţi economici şi pe aceasta bază, la satisfacerea nevoilor individuale ale membrilor societăţii. Aprecierea nivelului de trai al unei naţiuni nu este posibilă fără luarea în considerare a unor indicatori care exprimă direct sau indirect consumul de servicii: asistenţă medicală, reţeaua unităţilor de cultură, artă şi sport, stocul de învăţământ, volumul serviciilor pe locuitor, potenţialul de cercetare, volumul şi producerea cheltuielilor pentru cercetare şi învăţământ în P.I.B., elevi şi studenţi/1000 loc. etc.

În concluzie, creşterea şi diversificarea nevoilor sociale se manifestă ca o cerere de servicii.

CAPITOLUL 4

4. SISTEMUL SERVICIILOR PUBLICE DIN ECONOMIA NATIONALA

4.1 Conceptul de sistem de servicii publice şi caracteristicile generale ale acestuia.

Conceptul de sistem este de dată relativ recentă şi poate fi definit ca un ansamblu de elemente corelate între ele prin diverse forme de interacţiune şi interdependenţă. O universitate, un spital, o fiinţă, o carte etc. constituie exemple de sisteme, adică mulţimi de persoane, obiecte, procese etc. asamblate (organizate) după anumite principii.

Deşi asupra conceptului de sistem se poartă încă discuţii, acesta poate fi definit (caracterizat) dacă sunt îndeplinite următoarele condiţii:

- este un ansamblu de elemente (entităţi) interdependente;
- este delimitat de un domeniu care-l diferenţiază de mediul exterior;
- este în general interdependent cu mediul prin dependinţe de tipul intrărilor dinspre mediu şi ieşirilor către mediu;
- funcţionează conform unei (unor) finalităţi cunoscute sub denumirea de obiective sau misiuni;
- satisface nişte restricţii sau valori limită.

Noţiunea de sistem este foarte generală. Atât bunurile materiale cât şi fiinţele pot fi abordate prin prisma concepţiei sistemice, înregistrându-se următoarele două mari grupe de sisteme: neînsufleţite (tehnice); vii.

De exemplu, televizorul este un sistem tehnic întrucât:

- este format din componente mecanice, electrice, electro-mecanice, electronice;
- este delimitat de o cutie;
- este interdependent cu mediul prin semnalul video captat de o antena, alimentare de la o retea, actiunea utilizatorului asupra butoanelor (intrari);
- furnizeaza imagini;
- furnizeaza sunet.

Acea parte a unui sistem care, considerată ca atare, întruneşte condiţiile definiţiei sistemului, poartă denumirea de *subsistem.*

Asadar, din punct de vedere logic, noţiunile de sistem si subsistem sunt echivalente.

Noţiunea de subsistem este utilă pentru a putea descrie compunerea unui sistem complex în mai multe trepte de detaliere, punând în evidenţă funcţiuni şi caracteristici specifice mai uşor de înţeles (cuprins).

De exemplu, omul este un sistem viu complex format din subsistemele respirator, digestiv, circular, nervos etc. care sunt interdependente. Există o delimitare de mediu prin tegument (piele), are relaţii cu mediul prin intrări materiale (alimente, aer, apa etc.) şi informaţionale precum şi ieşiri materiale (mişcări, dejecţii etc.), iar finalitatea se concretizează în conservarea speciei (generala) sau functionarea în conditii cât mai prielnice, respectiv cât mai plăcute (individuală).

De asemenea există restricţii de funcţionare a acestui sistem (viaţa): temperatura externă, presiune, grad de poluare a atmosferei etc. În vederea satisfacerii acestora acţionează nişte subsisteme automate de aparare (homeostază) care se adaugă apărării prin acţiuni conştiente.

Economia naţională este, de asemenea, un sistem extrem de complex care este format dintr-o multitudine de subsisteme a căror finalitate este reprezentată prin eficienţă, eficacitate, etică etc., industrie, agricultură, comerţul, serviciile, gospodărie comunală şi locativă, ocrotirea sănătăţii şi protecţia socială, învăţământ, ştiinţă, cultură, sport etc.

Unele sisteme sunt formate atât din subsisteme tehnice cât şi din subsisteme vii: fabrici, uzine, şcoli, spitale, universităţi etc. Acestea sunt cunoscute sub denumirea de sisteme quasi-vii.

Întrucât obiectivul (misiunea) acestor sisteme este de natură economică sau socială, ele pot fi grupate din acest punct de vedere în două categorii:

- sisteme economice;
- sisteme sociale.

Caracteristica se defineşte ca fiind o însuşire comună a tuturor elementelor (subsistemelor) sistemului ale cărei valori diferă de la o unitate la alta sau de la un grup la altul.

Caracteristicile generale ale sistemului serviciilor publice.

Sistemele, indiferent de natura lor, prezintă anumite caracteristici, între care amintim:

1. Structura sistemului care reflectă modul de organizare a acestuia, respectiv descrierea subsistemelor şi a relaţiilor ce se stabilesc între ele.

În cazul sistemelor tehnice structura este definită odată cu proiectarea sistemului, ea putând suferi modificări ulterioare, odată cu dezvoltarea, modernizarea acestuia.

În cazul sistemelor vii structura este definită de informaţia genetică, ea putând fi eventual modificată prin accident. În baza informaţiei

genetice, după concepţie, sistemele vii evolueaza o durată prenatală într-un mediu suport, se nasc, se dezvoltă, se reproduc, îmbătrânesc şi mor.

Structura sistemelor quasi-vii este iniţial proiectată şi se modifică ulterior, ori de câte ori realizarea obiectivelor finale sau satisfacerea restricţiilor impun acest lucru.

2. Eficacitatea arată gradul de satisfacere a finalităţii sistemului.

De exemplu, dacă obiectivul unui sistem tehnic este reglarea automată a presiunii sau temperaturii, atunci eficacitatea este definită ca fiind precizia cu care se realizează reglarea acestora, cu alte cuvinte abaterea de la valoarea prescrisă.

În cazul sistemelor quasi-vii, obiectivul fiind de natură economică sau socială, eficacitatea este definită de abaterea relativă sau absolută de la valoarea dorită a unui indicator economic sau social.

3. Eficienţa este raportul matematic dintre rezultatele (realizările) sistemului şi consumul de resurse ocazionat de funcţionarea sistemului (exemplu: randamentul unui motor este raportul fluxului de energie produs şi fluxului de energie consumat).

În cazul în care rezultatele (efecte) şi resursele (cheltuielile) pot fi exprimate ca valori financiare, se vorbeşte de eficienţa economică (exemplu: rentabilitatea).

4. Robusteţea este proprietatea sistemului de a funcţiona normal în condiţiile prezenţei unor perturbaţii generate de mediul exterior, în limita unor restricţii.

5. Ultrafiabilitatea este definită ca fiind acea capacitate a sistemului de a-şi menţine eficacitatea în condiţiile în care o parte din structura acestuia îşi pierde funcţionalitatea (se defectează).

Ultrafiabilitatea se realizează de obicei prin creşterea complexităţii sistemului, respectiv, prin introducerea de elemente (subsisteme) şi relaţii suplimentare (de rezervă) care să intre în funcţiune atunci când celelalte se defectează.

6. Adaptabilitatea este proprietatea de a modifica automat funcţionalitatea şi/sau structura în vederea menţinerii (maximizării) eficacităţii (eficienţei) în condiţiile unui mediu variabil (turbulent). De regulă, sistemele vii şi sistemele quasi-vii sunt sisteme adaptabile (exemplu: transportul aerian).

7. Autoadaptarea este proprietatea sistemului de a acumula experienţă şi de a o folosi pentru creşterea eficienţei şi/sau eficacităţii cu care funcţionează. Sistemele vii sunt autoinstruibile.

8. Interdependenţa se defineşte prin faptul că cel puţin o ieşire a unui sistem poate fi utilizată ca intrare a altui sistem, cel puţin la nivelul unor fluxuri de informaţii. Interdependenţa presupune, în primul rând, anumite legături între sisteme. Legătura dintre sistem şi mediu este cunoscută sub denumirea de interfaţă.

În cazul sistemelor vii interdependenţa presupune adoptarea unor reguli generale prin instruire şi educare: reguli lingvistice, alfabet, convenţii de notaţii, definiţii logice şi matematice etc.

În al doilea rând, interdependenţa presupune existenţa unor canale de comunicaţie dintre interfeţele sistemelor interconectate. Prin definiţie, subsistemele unui sistem se bucură de proprietatea de conectivitate.

Interoperativitatea este definită ca fiind acea proprietate ca mai multe sisteme interconectate să funcţioneze ca un sistem unic. Prin definiţie, subsistemele unui sistem sunt interoperabile.

Sinergia este acea capacitate a elementelor şi/sau subsistemelor unui ansamblu interconectat şi interoperabil, de a produce mai mult împreună decât separat. Cu alte cuvinte putem spune că sinergia este acea stare în care se poate afirma că sistemul este mai mare, mai eficace şi mai eficient decât suma subsistemelor componente.

Sinergia poate fi realizată în condiţiile în care există:

- compatibilitate între obiectivele sistemelor;
- posibilitatea utilizării în comun a unor resurse.

4.2 Noţiunea de serviciu şi principalele cerinţe pe care trebuie să le îndeplinească un serviciu.

În ultimul deceniu, în economia ţărilor dezvoltate, serviciile au devenit principalul element dinamizator al competiţiei economice. S-a observat, de altfel, că şi produsele sunt cumpărate pentru serviciile pe care le oferă.

Importanţa crescândă a serviciilor în economie şi ascensiunea lor spectaculoasă din ultimul timp au intensificat preocupările pentru cunoaşterea acestui sector de activitate.

Serviciile au constituit obiect de studiu de “sine stătător” relativ recent, în a doua jumatate a acestui secol, odată cu dezvoltarea explozivă a sectorului terţiar care constituie un fenomen major al zilelor noastre.

Există o cerere puternică de servicii corelată cu evoluţia societăţii în general şi cu ridicarea nivelului de trai în special. Serviciul reprezintă un procent important în activitatea economică: 70% în SUA, 65% în Franţa, 56% în Germania, 57% în Japonia. În SUA, aproximativ 75% din populaţia activă lucrează în servicii.

Institutul McKinsey arată că în SUA serviciile reprezintă 40% din economia de piaţă şi 20% din economia de monopol. Ele au o pondere de aproximativ 26% în export.

Preocupările specialiştilor de a depăşi relativa rămânere în urmă a teoriei faţă de practică, s-au concentrat, cum era şi firesc, asupra definirii noţiunii de serviciu, acţiune extrem de delicată, având în vedere eterogenitatea activităţilor de acest gen, ca şi numeroasele accepţiuni ale expresiei în viaţa cotidiană.

Din multitudinea de accepţiuni ale noţiunii de serviciu reţinem: slujba, post, munca prestată în folosul cuiva, subdiviziune fără personalitate juridică al unui ansamblu economic sau administrativ, ajutor dat cuiva într-o anumită împrejurare etc.

În sens strict economic, noţiunea de serviciu acoperă un domeniu mult mai restrâns, delimitat de noţiunea de utilitate (valoare de întrebuinţare).

În acest sens serviciile pot fi definite ca “activităţi utile destinate satisfacerii unei nevoi sociale”. Chiar şi aşa, sfera de cuprindere ramâne destul de largă.

Văzute ca “utilităţi”, serviciile pot fi rezultatul muncii vii, al muncii materializate (automobil, televizor etc.), sau al acţiunii unor factori naturali (izvoarele termale, razele soarelui).

Evident serviciile, privite ca efecte ale unor bunuri materiale sau ale unor factori materiali, sunt indispensabile omului, dar, de cele mai multe ori, pentru a putea devenii “efective” este nevoie de intervenţia omului. Ca atare abordarea serviciilor ca o categorie economică presupune restrângerea la acele activităţi care presupun anumite relaţii sociale de producţie.

Şi în acest cadru, oarecum mai limitat, există o paleta largă de interpretări ale noţiunii, în funcţie de profunzimea cercetărilor şi scopul în care au fost elaborate.

Indiferent de criteriile cu care se operează, definirea serviciilor trebuie căutată în sfera activităţilor care le-au generat, ceea ce presupune găsirea acelor elemente de identificare a lor şi respectiv de delimitare de celelalte activităţi economice.

Punctul de pornire în definirea categoriei economice de serviciu îl constituie delimitarea (separarea) acestuia de bunurile materiale.

Majoritatea definiţiilor întâlnite în literatura de specialitate pun accent pe faptul că serviciile sunt “activităţi al caror rezultat este nematerial şi nestocabil”, nu se concretizează în produse cu existenţa de sine stătătoare.

În tabelul 4.1. sunt prezentate unele elemente care fac diferenţa între bunuri şi servicii.

Tabelul 4.1.

Principalele deosebiri dintre bunuri si servicii

BUNURI	SERVICII
1. Caracter material	Imateriale
2. Stocabile	Nestocabile
3. Pot fi analizate înainte de a fi cumpărate	Nu există înainte de cumparare
4. Pot fi revândute	Nu pot fi revândute
5. Transfer de proprietate	Nu se transferă
6. Consumul este precedat de producţie	Simultaneitate
7. Pot fi transportate	Nu pot fi transportate
8. Producţia, vânzarea, consumul se desfasoara în locuri diferite	Se desfăşoară în acelaşi loc
9. Doar fabricantul produce.	Clientul participă la producţie
10. Produsul poate fi exportat	Serviciul nu se exportă, doar sistemul de servicii
11.Cumparatorul este puţin implicat	Mult implicat
12. Controlabile prin standard	Puţin controlabile
13. Complexitate tehnică	Puţin complexe
14. Variabilitate relativ mică	Variabilitate mare

În ultimul timp, se vehiculează tot mai mult ideea că separarea între producţia de bunuri şi cea de servicii este depăşită, deoarece serviciile pot aduce o valoare adaugată mare şi pot folosi tehnica de înalt nivel (informatica). De altfel, în practică este foarte dificil să se facă distincţia între bunuri şi servicii, întrucât achiziţionarea unui bun include şi un element de serviciu, după cum achiziţionarea unui serviciu, presupune, nu de puţine ori, prezenţa unor bunuri tangibile.

De exemplu, autoturismul este considerat un bun, deşi el este cumpărat pentru serviciul pe care-l oferă (transport); totodată acesta este însoţit la cumpărare de servicii cum ar fi garanţia sau facilităţile financiare.

De asemenea, în ultimul timp un număr tot mai mare de servicii îmbracă o formă palpabilă, (serviciile editoriale, informatice, înmagazinate pe benzi magnetice, discuri, pelicule etc.) punând sub semnul întrebării formă de exteriorizare a rezultatului activităţii în calitate de criteriu de delimitare între bunuri şi servicii.

Pornind de la aceste elemente distinctive dintre bunuri şi servicii, majoritatea specialiştilor privesc serviciile ca un sistem de utilităţi, în care beneficiarul cumpără sau foloseşte nu un produs, ci o anumită utilitate, care-i oferă anumite avantaje (neconcretizate în majoritatea cazurilor într-un bun material) destinate satisfacerii unor nevoi personale sau sociale.

Din multitudinea definiţiilor întâlnite în literatura de specialitate reţinem:

Definiţia dată de Asociaţia Americană de Marketing: „serviciile reprezintă activităţi, beneficii sau utilităţi care sunt oferite pe piaţă sau prestate în asociere cu vânzarea unui bun material.”

K. J. Blois defineşte serviciul ca o activitate care oferă beneficii (avantaje), fără să presupună în mod obligatoriu un schimb de bunuri tangibile.

Christian Gronros defineşte serviciul ca fiind o activitate sau grup de activităţi, mai mult sau mai puţin tangibile, care, de obicei, au loc în momentul interacţiunii dintre cumpărător şi prestator.

I. Marculescu şi N. Nichita definesc serviciile ca fiind “activităţi din sfera producţiei materiale sau nemateriale care, fie că preced procesul de creare a produsului finit contribuind la pregătire lui, fie că sunt legate de produsele care au ieşit din sfera producţiei sociale, fie că se concretizează în anumite efecte utile care se rasfrâng direct asupra omului, societăţii sau naturii, trasătura generală a majorităţii lor constituind-o faptul că prestarea lor coincide în timp şi spatiu cu întrebuinţarea, consumarea lor.”

Definiţiile prezentate delimitează serviciile în ansamblul lor de celelalte activităţi prin luarea în considerare a elementelor care le deosebesc de bunurile economice.

În strânsă relaţie cu aceste definiţii, în literatura de specialitate a câstigat tot mai mult teren ideea constituirii serviciilor într-un sector distinct al economiei cunoscut sub denumirea de sector terţiar.

Ţinând cont de cele prezentate, putem considera că serviciile reprezintă o activitate umană, cu un conţinut specializat, având ca rezultat efecte utile imateriale şi intangibile, destinate satisfacerii unei nevoi sociale.

Ele sunt activităţi de sine stătătoare, autonome şi sunt organizate distinct într-un sector economic cunoscut sub numele de sector terţiar.

Exprimarea unitară a tuturor serviciilor, caracterizate, după cum se ştie, printr-o mare eterogenitate şi complexitate, şi-a găsit reflectarea în acceptarea teoriei clasificării sectoriale a ramurilor, având drept punct de pornire stabilirea sferei de cuprindere a serviciilor.

Promotorul clasificării sectoriale a economiei este considerat a fi Jean Fourastie. Conform acestei teorii economia se împarte în trei sectoare cu comportament economic diferit.

Sectorul primar grupează în principal activităţile legate direct de transformarea mediului natural (agricultura, pescuitul, activităţile forestiere şi după unele accepţiuni, industria extractivă).

Acest sector este definit ca un *sector cu progres mediu*.

Sectorul secundar cuprinde activităţile industriale prelucratoare; unii autori includ în cadrul acestuia industriile extractive şi construcţiile. Pentru Jean Fourastie, acesta este un sector cu progres tehnic rapid.

Sectorul tertiar include tot ceea ce nu apare în sectoarele primar şi secundar: transporturile şi telecomunicaţiile, comerţul, turismul, finanţele, învaţământul, administraţia de stat, cultură, ocrotirea sănătăţii, gospodaria comunală, băncile, asigurările etc.

Terţiarul este considerat (pe nedrept) sectorul cu progres tehnic lent, în care trebuie să se acţioneze cu multă precauţie, fiind foarte eterogen. Este format, în principal, din servicii, administraţie, bănci, comerţ, asigurări etc.

Clasificarea sectorială a ramurilor are deosebite semnificaţii teoretice şi practice, mai ales în privinţa cuprinderii şi analizării ca un tot unitar a activităţilor sociale utile, a modului în care se grupează activităţile din sfera producţiei materiale şi din afara acestora.

Aceasta clasificare prezintă însăşi unele limite care nu pot fi trecute cu vederea, dintre care, reţinem:

Sectorul terţiar se dovedeşte a fi prea restrâns pentru a cuprinde toate serviciile.

Deşi în plan teoretic se acceptă identificarea dintre sfera serviciilor şi sectorul terţiar, totuşi în practică, există activităţi de natura serviciilor care servesc producţiei materiale şi sunt integrate acesteia (au loc în cadrul întreprinderilor producătoare de bunuri).

De cele mai multe ori ele nu pot fi disociate şi evidenţiate separat de producţia propriu-zisă sau de produsul obţinut fiind incluse în sectoarele respective, primar sau secundar. Deci, este evident faptul că sfera serviciilor este mai largă decât sfera sectorului terţiar, cuprinzând şi acele activităţi generatoare de efecte utile care au loc în celelalte sectoare de activitate (cercetare, consulting etc.)

O altă limită a clasificării sectoriale se referă la receptivitatea şi ritmul de penetrare a progresului tehnic în sectorul terţiar. Pe de o parte, dezvoltarea şi diversificarea accentuată a serviciilor sunt consecinţa directă a progresului tehnic din acest sector, iar, pe de altă parte, este de neconceput progresul tehnic în sectoarele primar şi secundar fără dezvoltări corespunzătoare în cercetare, telecomunicaţii, învăţământ, informatică, sistem bancar etc. tocmai ca efect al receptivităţii faţă de progresul tehnic.

Expansiunea, diversificarea şi ritmurile diferenţiate de evoluţie a serviciilor au facut ca, în ultima vreme, să se utilizeze tot mai frecvent noţiunea de cuaternar pentru a desemna zona modernă a activităţilor economice din sectorul terţiar: cercetare, învăţământ, informatică, sănătate, cultură, educaţie, ocuparea timpului liber etc.

Cuaternarul este denumit în literatura de specialitate ca fiind sectorul grijii faţă de om, fiind un simbol al erei post-industriale.

Thomas Peter consideră că, după ce atenţia managerilor a fost atrasă de productivitatea muncii, costuri, calitate, deceniul acesta va fi al serviciilor.

Analizând serviciile, el a elaborat 20 de teze referitoare la acest subiect:

1. Serviciul este în aşteptarea clientului (cetaţeanului). Prestarea lui cere deseori soluţii complexe, dar important este să nu se uite că mai presus de orice este simplitatea.

2. Neplăcerile produse de un serviciu trebuie remediate cu promptitudine.

3. Tehnologiile utilizate în unele servicii sunt, în general, de un nivel şi o complexitate scăzute, bazându-se pe simţuri (auz, percepere, pipăit etc).

4. Clientul trebuie făcut fericit, delectat, nu doar satisfăcut.

5. Serviciul trebuie să răspundă aşteptărilor clientului.

6. Caracteristicile intangibile sunt, de regulă, mai importante decât cele tangibile.

7. Serviciul depinde de persoana care îl prestează.

8. Efectuarea serviciului şi calitatea acestuia depind mai mult de respectul pe care furnizorul şi-l acordă decât de gradul lui de instruire.

9. Serviciul depinde de o multitudine de aspecte minore (aparente) care trebuie abordate într-o manieră de îmbunătăţire continuă.

10 Serviciul este un fapt concret, măsurat prin suma platită.

11 Serviciul are nevoie uneori de tehnologie înaltă, precum cea informatică.

12 Serviciul se presteaza într-o competitie cu timpul.

13 Astăzi, serviciile au nevoie de o reorganizare globală care să pună accentul pe rapiditate, sensibilitate, flexibilitate, responsabilitate, inovare şi descentralizare.

14 Din adversari, clienţii trebuie să devină aliaţi.

15 Serviciul conduce la transformarea totală a produselor, în sensul că ele trebuie să satisfacă clienţii.

16 Serviciul implică un risc şi multe firme (instituţii) plătesc despăgubiri importante în cazul eşecului serviciului.

17 Serviciul este o bază de susţinere a competitivităţii, chiar pentru întreprinderile industriale.

18 Serviciul se învaţă.

19. Serviciul este uneori scump (bani pentru energie, instruire).

20. Serviciul se răsplateşte. Agenţii economici care oferă servicii mai bune practică tarife cu 10-15% mai mari, şi totuşi ele sunt căutate.

CAPITOLUL 5

5. FUNCŢIILE DE BAZĂ ALE MANAGEMENTULUI SERVICIILOR PUBLICE

5.1 Consideraţii generale cu privire la funcţiile managementului în organizaţiile prestatoare de servicii publice.

Procesul managerial aferent serviciilor publice poate fi abordat şi din perspectiva managementului funcţiilor.

Conţinutul activităţilor desfaşurate în cadrul procesului de management, poat fi structurate pe funcţii ale managementului, respectiv:

- planificare (previziune);
- organizare;
- coordonare;
- antrenare;
- evaluare-control.

Unele din aceste funcţii par a fi mai importante în momentul iniţierii serviciului public, altele – în perioade de criză, iar altele sunt importante în activitatea de zi cu zi din instituţia publică.

Pentru început, trebuie să se stabilească obiectivele serviciului public şi să se determine modalitatea de realizare a acestor obiective. Dupa aceasta, managerii trebuie să organizeze resursele umane şi celelalte categorii de resurse într-o logică şi eficienţă, astfel încât să se realizeze obiectivele stabilite. Managerilor le revine de asemenea misiunea de a motiva resursele umane, să lucreze eficient şi să se implice în realizarea obiectivelor instituţiei publice. În fine, managerii trebuie să controleze şi să evalueze cantitativ şi calitativ rezultatele activităţii instituţiei publice, pentru a se asigura ca aceasta funcţionează pentru a-şi realiza scopurile propuse.

5.2 Conţinutul funcţiilor procesului managerial al serviciilor publice.

Funcţia de previziune constă în ansamblul activităţilor prin care se determină principalele obiective ale serviciului public precum şi resursele/mijloacele necesare realizării lor. Planificarea este o gândire a viitorului, o proiecţie în timp a prezentului. Odata obiectivele stabilite, managerul va trece la elaborarea şi dezvoltarea de planuri necesare pentru atingerea lor, proces cunoscut sub denumirea de planificare.

Ca obiective ale planificării, managerul serviciilor publice reţine: stabilirea rezultatelor finale ce trebuie să fie atinse, preciziunea şi repartizarea pentru fiecare subsistem din structura instituţiei a obiectivelor instituţiei, conceperea strategiei şi politicii de orientare şi coordonare a instituţiei, conturarea şi aplicarea sistemului de control etc.

Transpunerea în practica a funcţiei de planificare presupune ca managerul să ţină cont de unele cerinţe esenţiale:

- condiţiile actuale şi cele viitoare să fie apreciate obiectiv şi fundamentate ştiinţific;
- în elaborarea planurilor, să se asigure supleţe şi realism;
- în conceperea obiectivelor, să se asigure participarea specialiştilor din instituţie şi la nevoie, a unor consultanţi din afară;
- anticiparea climatului organizaţional şi a condiţiilor locale, naţionale, internaţionale în care îşi va desfăşura activitatea instituţia.

Ca etape ale planificării, managerul unei instituţii publice trebuie să reţină în principal:

- conturarea perspectivei prin stabilirea direcţiilor previzibile de evoluţie;
- determinarea obiectivelor, cu accent pe cuantificarea rezultatelor pe care le previzionează;
- stabilirea politicilor care orientează gândirea managerului în luarea deciziilor;
- programarea acţiunilor;
- concretizarea resurselor umane, materiale şi financiare necesare.

5.3. Funcţiile serviciilor.

Serviciile pot acoperii cele mai diverse sectoare economice care activează în diferite structuri de piaţă, utilizează diferite procese de producţie, satisfac cereri de consum ale diverşilor beneficiari şi adoptă diferite modalităţi de furnizare livrare.

Analiştii J. Gershuny şi I. Miles, delimitează serviciile în patru modalităţi analitice:

1. servicii ca „sector” care acoperă ansamblul firmelor a căror producţie finală principală constă în prestaţii intangibile efemere sau alternative şi a căror producţie finală nu este constituită din bunuri materiale,
2. serviciile ca „produse” care nu sunt furnizate în mod necesar doar de sectorul de servicii, firmele din industria

prelucrătoare furnizează frecvent servicii în cursul operaţiunilor de prelucrare pe care le vând consumatorilor, fie împreună cu materialele sau separat,

3. serviciile ca „ocupaţie” care vizează forţa de muncă angajată în activităţile „nonproducţie” din toate ramurile economice, începând cu prelucrarea datelor şi până la reparaţii şi întreţinere, de la curăţătorii şi alimentaţie publică până la educaţie şi ocrotirea sănătăţii, implicând uneori „terţiarizarea” însăşi a forţei de muncă proprii firmelor,
4. serviciile ca „funcţie”care include persoane implicate în activităţi de servicii în cadrul economiei formele (evidenţiate statistic) sau afara ei (neevidenţiate statistic: asociaţii voluntare, gospodării şi persoane care conduc în propriile lor funcţii de servicii în mod informal în timpul lor liber, utilizând bunurile materiale şi serviciile realizate în cadrul economiei legate).

Agenţii economici producători şi furnizori de servicii trebuie să cunoască şi să înţeleagă mecanismul care influenţeză intenţiile şi deciziile de cumpărare a consumatorilor, iar producătorii de servicii ar trebui să dispună de un instrument sofisticat de analiză care să reflecte dorinţele şi comportamentele clientelei, să le ofere servicii în concordanţă cu nivel şi structura solicitărilor.

Exemplu de asemenea model de selecţie a serviciului din partea consumatorului este prezentat în fig. 5.1.

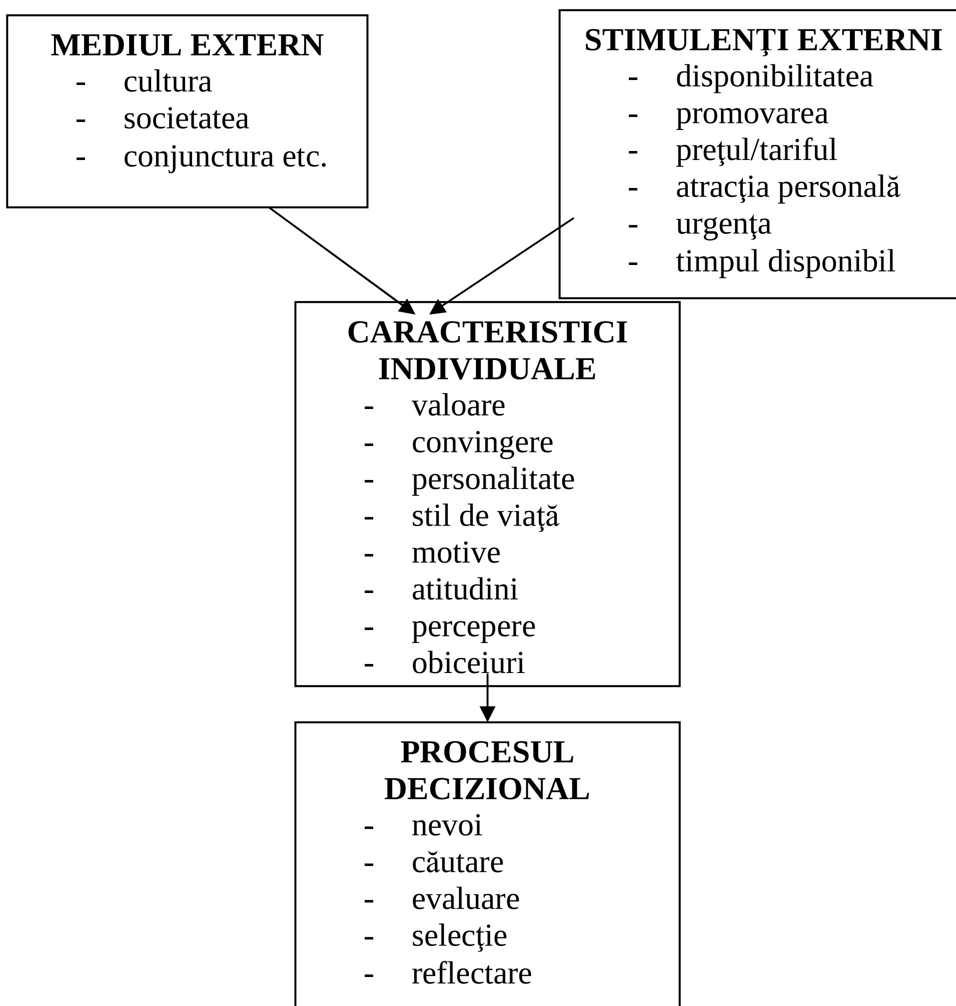


Fig. 5.1. Modelul de selecţie a serviciului din partea consumatorului

Funcţiile serviciilor se manifestă diferenţiat la nivelele proceselor de producţie şi de distribuţie (livrare).

Funcţiile serviciilor se pot clasifica în cinci categorii:

1. servicii performante cu mult timp înaintea începerii oricăror activităţi productive (cercetare şi dezvoltare, planurile şi programele de investiţii, studiile de marketing),

2. concentrarea şi specializarea producţiei solicită şi ele o atenţie deosebită pentru servicii şi preocupări pentru desfăşurarea lor (activităţi de planificare, întreţinere şi depozitare, controlul calităţii, prevenirea accidentelor de muncă, pază şi securitate etc),
3. distribuţia produselor asociate cu servicii şi a serviciilor (a pachetelor de servicii) devine esenţială pentru un sistem eficient de organizare a circulaţiei bunurilor şi serviciilor vizând punerea lor la dispoziţia consumatorilor potenţiali,
4. creşterea ponderii funcţiilor legate de utilizarea unor categorii de produse în decursul ciclului lor de viaţă, deci pe toată durata folosirii lor în economia serviciilor (servicii de preţ şi post-vânzare, servicii de garanţie, de întreţinere şi reparaţie etc.)
5. serviciile preiau rolul de a reduce pierderile şi poluarea rezultată din procesele de producţie, cât şi după ce produsele achiziţionate nu mai pot fi utilizate (alte servicii de colectare şi reciclare a deşeurilor).

Funcţia de organizare.

Organizarea se poate defini ca fiind un proces de grupare, de armonizare şi mobilizare a resurselor şi activităţilor pentru obţinerea rezultatelor finale, stabilite prin obiective, în mod eficace şi eficient, prin implementare a planurilor şi strategiei elaborate în acest scop.

În procesul de management, managerul operează cu noţiuni şi instrumente cum sunt:

- standarde de randament,
- scheme de sarcini şi funcţii,
- evaluarea posturilor,
- structura organizatorică,
- sistem informaţional,
- delegare de sarcini competente,
- responsabilităţi.

Pentru a asigura eficacitatea şi eficienţa în realizarea funcţiei de organizare, managerul trebuie să aibă permanent în vedere unele cerinţe esenţiale, între care amintim:

- *aplicarea* cu rigurozitate a principiilor de management organizaţional (prioritatea obiectivelor, unitatea de decizie şi acţiune, raportul autoritate/responsabilitate, cu accent pe delimitarea precisă a responsabilităţilor);

- *tratarea* sistematică a elementelor organizaţionale ale instituţiei;

- *asigurarea* dinamismului organizării manageriale şi a componentelor de bază ale acestuia.

Conceperea şi aplicarea în practică a funcţiei de organizare se face pe etape:

- analiza critică a sistemului existent;
- analiza direcţiilor şi obiectivelor acţiunii de organizare;
- colectarea, selectarea şi ordonarea datelor, proiectarea generala a sistemului organizaţional îmbunătăţit;
- aplicarea noului sistem, urmărirea funcţionării acestuia şi stabilirea schimbărilor necesare.

Functia de coordonare.

Reprezintă procesul de influenţare a acţiunilor individuale sau colective a resurselor umane dintr-o instituţie publică în vederea realizării obiectivelor propuse.

Acţiunea de coordonare a managementului are menirea de a se asigura adaptarea serviciului public la condiţiile existente în fiecare moment al evoluţiei lui.

Coordonarea, ca funcţie a managementului organizaţiilor de servicii publice, este necesară datorită influenţelor pe care le resimte instituţia publică şi a schimbărilor care intervin ca urmare a acţiunii unor factori exogeni:

- politici,
- tehnico-stiintifici,
- juridici,
- economici etc.

De exemplu, suplimentarea numărului de locuri cu taxă la A.S.E. ca urmare a dificultăţilor de subvenţionare de la buget, situaţie ce nu a fost prevazută în momentul elaborării planului de învăţământ, a determinat conducerea A.S.E. să reorganizeze sistemul şi să asigure amornizarea noilor decizii cu cele elaborate anterior.

Nu trebuie neglijat faptul că asupra instituţiei publice pot interveni acţiuni care să genereze dereglări de moment (greve, lipsă de resurse băneşti, lipsa energie, întârzieri în efectuarea unor lucrări de către unii parteneri etc.), situaţie în care managerul trebuie să ia măsuri urgente de adaptare, să păstreze stabilitatea sistemului şi să asigure coordonarea subsistemelor lui în noile condiţii.

Îndeplinirea corespunzătoare a acestei funcţii, asigurarea continuităţii ei, presupune existenţa unui sistem de comunicaţii intense atât pe verticală, între diferitele niveluri de conducere, cât şi pe orizontală, între conducători şi executanţi, situaţi la acelaşi nivel ierarhic, sau pe diagonală (oblice), între persoane care se situează pe diferite niveluri şi operează în diferite activităţi.

De asemenea, coordonarea mai presupune utilizarea corectă a formelor motivării funcţionarilor şi salariaţilor, realizarea unei selecţii şi pregătiri corespunzătoare a acestora, precum şi definirea clară a opiniilor, atitudinilor şi programelor menite să asigure eficienţa acestei funcţii.

Funcţia de antrenare. Antrenarea constă în influenţarea membrilor instituţiei publice de către managerul public astfel încât să participe eficace la realizarea scopurilor ei.

În cadrul funcţiei de antrenare identificăm două momente:

- comanda,
- motivarea.

Prin **comandă**, managerul exercită influenţa directă asupra subordonaţilor, în virtutea autorităţii cu care a fost investit, antrenându-i la realizarea sarcinilor ce le revin.

Realizarea antrenarii prin intermediul comenzii presupune:

- formularea unor dispoziţii clare, simple şi directe;
- îmbinarea corectă a stimulării materiale cu stimularea morală;
- evaluarea corespunzătoare a capacităţii personalului şi a concordanţei cu sarcinile delegate;
- promovarea unei discipline reale în muncă;
- implicarea efectivă în activitatea de ridicare a gradului de conştientizare,
- subordonaţilor în realizarea sarcinilor primite.

Al doilea moment în realizarea funcţiei de antrenare îl constituie **motivarea** angajaţilor în realizarea obiectivelor prestabilite.

Motivarea angajaţilor unei instituţii publice se bazează mai mult pe o filosofie managerială decât pe aplicarea unei tehnici. Un manager de succes va crea un climat în care salariaţii pot aplica ei înşişi întreaga energie şi voinţă pentru realizarea cu eficienţă a obiectivelor serviciului public. El este conştient de faptul că iniţiativa, loialitatea, devotamentul nu pot fi cumpărate, ci trebuie să fie câştigate.

Motivarea reprezintă modalitatea prin care se armonizează satisfacerea necesităţilor şi intereselor individuale ale salariaţilor cu realizarea obiectivelor instituţiei. Ea este practic o expresie a faptului că la baza condiţiei umane se află întotdeauna un ansamblu de nevoi

(trebuinţe, intenţii, idealuri etc.) care susţin realizarea anumitor acţiuni, fapte sau comportamente şi adoptarea anumitor atitudini.

Motivarea porneşte de la trebuinţe. După cum se ştie trebuinţele sunt de mai multe feluri, iar satisfacerea lor motiveaza în mod diferit participarea la muncă a membrilor unei colectivităţi.

În concepţia lui Abraham Maslow, nevoile manifestate de om sunt grupate pe cinci categorii şi anume:

- fiziologice (fundamentale),
- de securitate, de afecţiune,
- de stimă,
- de autorealizare (a fi ce eşti capabil să fi).

În figura 5.2. este prezentată ierarhizarea Maslow a nevoilor individului.

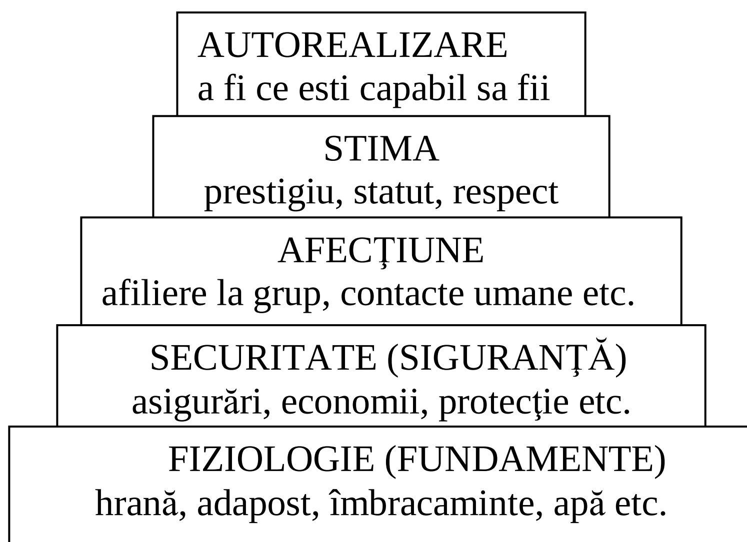


Figura 5.2. Ierarhizarea nevoilor dupa A. Maslow

Indivizii sunt motivaţi de nevoile de rang inferior până în momentul în care acestea sunt satisfăcute, după care ele încetează să-l mai motiveze şi începe să se manifeste tendinţa de satisfacere a nevoilor de rang superior. Cu toate limitele şi criticile aduse acestei ierarhizări, ea prezintă interes pentru managerii instituţiilor publice pentru cel puţin două raţiuni:

- majoritatea angajaţilor dintr-o instituţie publică au nevoi să acopere toată gama nevoilor prezentate de A. Maslow1;

- la un anumit nivel pe scara prezentată, o anumită nevoie variază în limite largi la persoane diferite, situaţie de care managerul trebuie să ţină cont.

De un larg interes s-a bucurat teoria factorilor determinanţi ai satisfacţiei în munca formulată de F .Herzberg.

Autorul grupează aceşti factori în doua grupe:

1. factori motivatori (care privesc munca):
- dezvoltarea profesională;
- recunoaşterea muncii;
- responsabilitatea;
- promovarea;
- statutul etc.

2. factori de igiena (care privesc condiţiile de muncă):
- politica instituţiei;
- relaţiile interpersonale;
- calitatea supravegherii;
- securitatea muncii;
- viaţa personală;
- salariul etc.

În concepţia lui Hersberg, factorii din prima categorie determină satisfacţie în muncă, iar cei din a doua grupa acţionează negativ asupra motivaţiei. **Satisfăcuţi**, aceşti factori nu mai motivează, ci produc o situaţie neutră; **nesatisfacuţ**i, sunt o sursă de motivaţie negativă, chiar de conflict.

Aceasta teorie se impune prin concluzia, de un evident realism, că factorii de igienă trebuie satisfăcuţi pentru a avea un punct de plecare în atingerea factorilor motivatori, dar, ceea ce este şi mai important, suprasatisfacţia generată de aceştia nu va ameliora performanţele obţinute în muncă.

Indiferent de clasificările făcute de specialişti, trebuie să reţinem ideea că, în practică, diferitele motivaţii se împletesc, asigurând de fapt o motivaţie complexă a indivizilor.

Procesul antrenării, îmbinând atât comanda cât şi motivarea, cu toate aspectele acestuia, se prezintă ca un proces complex care trebuie să ţină seama de climatul existent în instituţie, de trasăturile şi specificul fiecărui individ şi a fiecărui colectiv de muncă.

Funcţia de control.

Controlul, ca funcţie, constă într-un ansamblu de activităţi prin care se măsoară şi se corectează performanţele sau nerealizările unei instituţii sau diferitelor compartimente ale acesteia, la un moment dat, în comparaţie cu obiectivele prevăzute.

Specificitatea controlului constă în faptul că el trebuie să se exercite în mod curent, să fie operativ, să aibă un caracter preventiv şi să se desfaşoare imediat după adoptarea deciziilor şi hotarârilor. Rolul lui este acela de a dirija activitatea serviciilor publice în realizarea obiectivelor propuse. De fapt, funcţia cea mai importantă a controlului este de a semnala permanent dacă performanţele sunt sau nu la nivelul aşteptărilor. Abaterile care sunt puse în evidenţă cu această ocazie servesc managerului pentru a lua măsuri de corecţie.

Din perspectiva managementului serviciilor publice, controlul nu se limitează numai la acţiuni de constatare şi de declanşare a corecţiei ce se impune, ci şi la prevenirea abaterilor, la evitarea disfuncţionalităţilor.

Un manager eficient pune accent pe latura preventivă a controlului. În acelaşi timp, el va insista ca procesului de control să i se asocieze următoarele elemente esenţiale:

- orice control trebuie să se bazeze pe planuri stabilite anterior;
- compararea activităţii desfaşurate (controlate) cu un etalon sau cu un criteriu de evaluare;
- existenţa unui mecanism concret a activităţilor desfăşurate;
- existenţa unui sistem informaţional, cu conexiuni inverse, care să permită managerului să controleze dacă subordonaţii au înţeles corect decizia şi dacă acţionează pentru realizarea ei etc.

Managerul poate diviza procesul de control în mai multe etape:

- elaborarea sistemului de control;
- definirea standardelor prin prisma cărora se apreciază îndeplinirea obiectivelor;
- măsurarea performanţelor (abaterilor) funcţie de standarde;
- interpretarea rezultatelor controlului;
- aprecierea activităţii subordonaţilor şi recompensarea/sancţionarea acestora.

Funcţiile managementului în organizaţiile de servicii nu trebuie să fie interpretate separat; între ele există o interdependenţă reciprocă, fapt pentru care procesul de management trebuie privit şi abordat în ansamblul sau şi, ca atare, nici una din funcţii nu trebuie neglijată sau ignorată.

5.4 Gruparea managerilor din instituţiile publice.

Managerii instituţiilor publice pot fi grupaţi prin prisma a doua situaţii: poziţia pe care o ocupă în cadrul instituţiei publice şi aria (zona) de competenţă managerială.

În raport de poziţia pe care o ocupă în interiorul instituţiei deosebim:

- manageri de nivel superior (de vârf),
- manageri de nivel mediu (de mijloc),
- manageri de nivel inferior (operativ).

Manageri de nivel superior ghidează şi controlează activitatea instituţiei şi este format dintr-un grup decizional de specialişti. Din punct de vedere al planificării, el este responsabil pentru dezvoltarea misiunii instituţiei şi pentru interpretarea scopului urmărit de aceasta, elemente de care se ţine seama atunci când se stabilesc şi se elaborează strategiile instituţiilor publice. De asemenea, managementul de vârf stabileşte politica instituţiei şi defineşte conţinutul tacticilor (tactica).

Funcţiile publice pentru managementul de vârf din instituţia publică sunt: preşedinte, vicepreşedinte, director general, iar din unitatea administrativă: prefect, primar, viceprimar etc.

Manageri de nivel mediu implementează strategia şi tacticile managementului superior.

Managerii de mijloc dezvoltă planurile tactice şi procedurile operaţionale standard (programul de lucru, urmărirea înregistrărilor financiare şi contabile etc.), implementează şi supraveghează activităţile managerilor operativi. În această categorie de manageri includem: directorii de filiale, directorii de sucursale, şefii de departamente, şefii de servicii etc.

Managerii de nivel inferior (operativ), coordonează şi supraveghează activitatea operativă a salariaţilor. Ei îşi consumă cea mai mare parte a timpului cu organizarea şi coordonarea salariaţilor, răspunzând la întrebări şi rezolvând problemele zilnice care apar. Cea mai mare parte a managerilor de nivel inferior provine din rândul lucrătorilor operativi care, prin muncă, potenţial şi alte calităţi probate, au fost promovaţi în rândul managerilor instituţiei. În această categorie includem: şefi de birou, şefi de oficiu, şefi de echipă, supraveghetorii etc.

În raport cu aria competenţelor manageriale identificăm, în cadrul majorităţii instituţiilor publice mai multe zone de activitate specializate: finanţe, zona operaţională, marketing, resursele umane, cercetare ştiinţifică, care sunt conduse de persoane competente în astfel de domenii.

Indiferent de nivelul din organizaţie şi indiferent de zonă de activitate managerială în care sunt specializaţi, un manager de succes dovedeşte pricepere şi abilitate deosebite şi este capabil să joace mai multe roluri manageriale.

CURS 6

6. CARACTERISTICILE PRINCIPALE ALE SERVICIILOR PUBLICE INDUSTRIALE

Comerciale şi administrative, serviciile reprezintă o activitate umană, cu un conţinut specializat, având ca rezultat efecte utile imateriale şi intangibile, destinate satisfacerii unei nevoi sociale. Ele sunt autonomizate în procesul adâncirii diviziunii sociale a muncii şi sunt organizate distinct într-un sector denumit sector terţiar.

Beneficiarul serviciilor îşi apropie o utilitate care-i conferă anumite avantaje ori satisfacţii destinate împlinirii unor nevoi personale (individuale) sau sociale.

Serviciile prezintă o serie de trăsături caracteristice care permit, pe de o parte, identificarea lor, iar, pe de altă parte, se pot constitui în criterii de delimitare faţă de celelalte domenii ale activităţii economico-sociale.

Este de remarcat faptul că sfera serviciilor este largă şi eterogenă, fapt pentru care aceste trăsături pot să nu se regăsească în totalitatea lor în fiecare tip de serviciu.

6.1. Conceptul de servicii.

Realitatea lumii contemporane demonstrează tendinţa creşterii impetuoase a rolului serviciilor în viaţa economico-socială a ţărilor dezvoltate.

Dinamica sectorului serviciilor este atât de puternică, încât economiştii au denumit secolul XX ca *„secolul serviciilor*” definind etapa actuală ca o perioadă de transformare a civilizaţiei noastre într-o civilizaţie a serviciilor.

Există opinii că societatea viitorului ar trebui denumită „neoindustrială” respectiv *„societate de servicii*”, economie de servicii sau societate informaţională”.

Majoritatea specialiştilor au concluzionat că societatea viitorului se va baza într-o măsură esenţială pe servicii fiind caracterizată prin preponderenţa sectorului terţiar asupra celorlalte sectoare ale economiei.

Serviciile au devenit obiect de studiu de sine stătător abia la mijlocul secolului XX, odată cu dezvoltarea explozivă a sectorului terţiar, cu creşterea rolului acestuia în producţie şi consum, în viaţa socială în general.

Termenul de *„servicii*” îi este specific o adevărată polisemie, în sensul că în dicţionare sunt consemnate 15 sensuri pentru acest cuvânt. În ceea ce priveşte beneficiarul cumpără sau foloseşte nu un produs, ci o

anumită utilitate ce conferă anumite avantaje sau satisfacţii, neconcretizate în majoritatea cazurilor într-un bun material şi destinate satisfacerii unor nevoi personale sau sociale.

„Serviciile reprezintă activităţi, beneficii sau utilităţi care sunt oferite pe piaţă sau prestate în asociere cu vânzarea unui bun material” definiţie dată de Asociaţia Americană de Marketing.

În sfera serviciilor sunt incluse şi aşa-numitele „servicii comerciale” prestate în asociere cu vânzarea unui produs.

K.J. Blois defineşte - *„serviciul reprezintă orice activitate care oferă beneficii fără să presupună în mod obligatoriu un schimb de bunuri tangibile”*.

Există şi alte definiţii şi opinii cu privire la servicii, la definirea conceptului şi naturii socio-economice ale serviciilor.

În **dicţionarul Webster**, serviciul este definit ca *„o contribuţie la bunăstarea altora” şi „ca o muncă utilă prin care nu se produce un bun material”*.

Raportându-se la aceste două definiţii, rezultă că serviciile sunt o parte importantă a activităţii economice cotidiene din toate ţările lumii.

Definiţia completă a serviciilor este: un *serviciu este o activitate a cărei principală contribuţie la bunăstarea celorlalţi constă în oferirea de mărfuri intangibile*. Sintetizând, se poate concluziona că serviciile sunt definite, în general ca: *activităţi care satisfac anumite necesităţi sociale sau individuale fără a se concretiza în produse de sine stătătoare*.

Creşterea producţivităţii muncii, adâncirea diviziunii sociale a muncii, introducerea automatizării şi robotizării vor crea noi zone de activitate din sfera producţiei propriu-zise, care se vor adăuga sferei serviciilor.

Întreaga activitate economică este constituită din operaţiuni cu anumite grade de „servicizare”, cele sub anumit grad fiind denumite în continuare activităţi de producţie propriu-zise, iar celelalte sunt cunoscute sub denumirea de servicii propriu-zise.

Alături de definiţiile care se referă la întreaga sferă a serviciilor se întâlnesc şi abordări ale unor componente ale acesteia, cum ar fi:

- prestările de servicii (activităţi economice de confecţionare, reparare, întreţinere a unor bunuri materiale, la comandă, precum şi efectuarea unor servicii pure: transport de călători etc.),
- servicii comerciale (activităţi economice ce însoţesc actele de vânzare-cumpărare propriu-zisă a mărfurilor).

Definiţiile şi caracteristicile prezentate delimitează serviciile în ansamblu, prin luarea în considerare a elementelor care le deosebesc de bunuri. Evaluarea cât mai exactă a conţinutului acestora necesită însă reliefarea şi a altor aspecte la fel de importante, care particularizează, în detaliu serviciile de bunuri.

Serviciile sunt caracterizate prin trăsăturile caracteristice principale ale serviciilor şi anume:

- intangibilitate,
- inseparabilitate,
- variabilitate,
- perisabilitate,
- lipsa de proprietăţi,
- forma lor nematerială,
- nestocabilitatea,
- inseparabilitatea serviciilor de persoana prestatorului

În teoria economică, s-au conturat următoarele trăsături caracteristice ale serviciilor:

1. Forma nematerială a serviciilor.

Cele mai multe dintre servicii nu se concretizează în bunuri materiale, ci îmbracă forma unor activităţi sau faze ale unor procese economico-sociale.

Această trasătură, însă, nu trebuie absolutizată. Unele servicii au o expresie materială, dar de o anumită formă specială (suport material) şi corespunzător, o existenţă de sine stătătoare (benzi magnetice, discuri, soft-uri etc.), însă valoarea intrinsecă a formei materiale a serviciilor de acest fel este net inferioară valorii informaţiilor pe care le vehiculează.

Imaterialitatea serviciilor face ca, în literatura de specialitate, acestea să fie cunoscute sub denumirea de invizibile, iar comerţul cu servicii de acest gen este cunoscut sub denumirea de comerţ invizibil.

De aceea, în comerţul internaţional cu servicii cele mai multe dintre acestea nu pot fi identificate la trecerea frontierelor şi ca atare, de cele mai multe ori, ele ocolesc barierele vamale tradiţionale.

2. Intangibilitatea serviciilor.

Exprimă faptul că ele nu pot fi percepute sau evaluate cu ajutorul simţurilor omeneşti (auz, miros, văz, gust etc.) înainte de a fi cumpărate sau chiar consumate.

Intangibilitatea. Serviciile sunt intangibile, spre deosebire de bunurile materiale, ele nu pot fi văzute, gustate, simţite, auzite sau mirosite înainte de a fi cumpărate.

Dacă pentru vânzarea unor produse sau bunuri trebuie să se apeleze la idei abstracte pentru a comercializa produsele, prestatorii de servicii trebuie să producă dovezi palpabile şi să apeleze la imagini pentru ca oferta lor abstractă să devină vandabilă.

De exemplu, spectatorul unui film artistic nu ştie în momentul în care cumpără biletul în ce măsură prestaţia actorilor îl satisface, sau o persoană solicită şi achită reparaţia unui televizor fără să poată aprecia eficienţa funcţionării acestuia după execuţia lucrării etc.

Ca urmare apare neîncrederea clientului şi corespunzător o anumită reţinere în luarea deciziei de cumpărare. În aceste condiţii, vânzarea serviciilor necesită eforturi sporite de cunoaştere a cererii şi de stimulare a ei prin evidenţierea părţilor vizibile ale lor exprimate prin calitatea personalului, caracteristicile echipamentelor, nivelul preţurilor, mediul ambiant etc. În literatura de specialitate, s-au conturat o serie de modalităţi concrete de evidenţiere a aspectelor unui serviciu, între care reţinem:

Ambianţa în care este prestat un serviciu constituie un prim element care ne permite să ne formăm o imagine cu privire la serviciul respectiv. De exemplu, în învăţământul universitar, temperatura neadecvată în sălile de curs/seminarii, zgomotul, ventilaţia, designul mobilierului, culorile încăperilor etc., pot influenţa sensibil atitudinea şi comportamentul studenţilor. Nu trebuie neglijată nici componenţa umană a mediului, profesorul, asistentul care joacă un rol extrem de important în ridicarea nivelului calitativ al serviciului de instruire a studenţilor.

Comunicaţiile cu privire la serviciu, concretizate în publicitate, reclame, minifilme publicitare, relaţii publice, pliante etc., au menirea să evidenţieze ceea ce este vizibil şi în special, cele mai recente îmbunătăţiri aduse acestuia.

Preţul este folosit de consumator ca un indicator de bază al calităţii serviciilor. În acest context stabilirea unui preţ real este foarte importantă, mai ales în cazurile în care prestarea unui serviciu diferă sensibil de la o firmă la alta şi unde riscul de a cumpăra un serviciu de slabă calitate este ridicat.

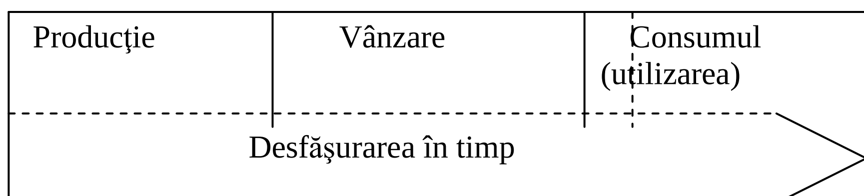
3. Inseparabilitatea în timp şi spaţiu a serviciilor, concretizată în faptul că producerea (prestarea) lor are loc odată cu consumul. Serviciul nu poate exista separat de prestatorul sau şi implicit, calitatea serviciului este inseparabilă de calitatea prestatorului. Această legatură este mai

puternică la unele servicii, cum sunt cele medicale, culturale, de învăţământ, financiare etc.

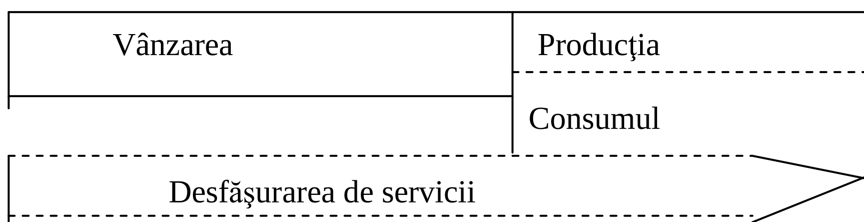
Simultaneitatea producţiei şi consumului de servicii presupune totodată participarea consumatorului la prestarea serviciului. De pildă, studentul prin participare la cursuri, seminarii, elaborare de referate, proiecte etc., sau pacientul prin informaţiile pe care le comunică medicului pentru stabilirea diagnosticului său, sau clientul unei bănci prin simpla completare a unui formular etc., participă efectiv la derularea serviciului.

Simultaneitatea în timp şi spaţiu este cea mai reprezentativă caracteristică a serviciilor, ea regăsindu-se aproape în toate serviciile, indiferent că sunt prestate de om sau maşină, că satisfac nevoi materiale sau spirituale, că sunt destinate persoanelor individuale sau colectivităţilor. Ea este considerată trăsătura fundamentală a serviciilor şi principalul criteriu de delimitare a acestora de celelalte activităţi din economie.

Inseparabilitatea-cum serviciul este furnizat de o persoană, prestatorul devine parte componentă a serviciului respectiv. Clientul fiind şi el prezent în momentul serviciului, relaţia dintre prestator şi consumator se constituie ca o particularitate a serviciului şi atât prestatorul cât şi cumpărătorul influenţează rezultatele prestării serviciului.



Produse tangibile



Prestaţiile de servicii

Fig. 6.1. inseparabilitatea serviciilor în comparaţie cu bunurile tangibile

În fig 6.1. este ilustrat această inseparabilitate caracteristică serviciilor în comparaţie cu bunurile tangibile.

4. Variabilitatea serviciilor constă în imposibilitatea repetării acestora în mod identic de la o prestaţie la alta deoarece ele depind de persoana care le face, de dispoziţia acesteia, de loc, de moment etc. De pildă studenţii se asteaptă ca profesorul sau asistentul să aibă prestaţii excelente în fiecare zi, consumatorul se aşteaptă ca mâncarea să aibă acelaşi gust ori de câte ori frecventează un restaurant etc.

Variabilitatea-depinde de cine, unde şi când le prestează având un grad ridicat de variabilitate.

Firmele prestatoare de servicii pot realiza menţinerea în controlul calităţii prestaţiilor parcurgând un proces în etape:

- **prima etapă**-recrutarea şi pregătirea unui personal calificat, capabil să presteze servicii de calitate superioară, cu personal amabil şi atent cu clienţii,
- **a doua etapă**-constă în standardizarea procesului de servire în cadrul întreprinderii,
- **a treia etapă**-urmăreşte măsurarea gradului de satisfacţie a nevoii consumatorilor prin intermediul sondajelor în rândul cumpărătorilor, condicilor de propuneri şi reclamaţii, analiza cumpărăturilor realizate de consumatori, în aşa fel încât o prestaţie necorespunzătoare a unui serviciu să fie depistată şi corectată.

În realitate, astfel de situaţii, în forma lor cea mai pură, sunt greu de realizat. Similar, efectuarea unei intervenţii chirurgicale de către un medic variază din punct de vedere calitativ, în funcţie de bioenergia sa, de starea lui de sănătate, de capacitatea de concentrare la un moment dat, de modul în care pacientul colaborează cu el etc.

Consumatorii percep această variabilitate şi încearcă să obţină cât mai multe informaţii în legatură cu prestatorul înainte de a lua decizia finală. Din cele prezentate, rezultă că variabilitatea influenţează sensibil asupra calităţii serviciilor şi îngreunează acţiunea de standardizare a lor. În vederea atenuării acestui efect se apelează la noţiunea de "personalizare a serviciilor" care presupune o tratare individualizată a clienţilor. Abordarea nediferenţiată a acestora conduce la situaţii neplăcute atât pentru instituţia prestatoare cât şi pentru clienţi (consumatori).

Aceste caracteristici constituie elemente de definire a sferei serviciilor şi implicit de delimitare a acesteia de celelalte activităţi economice.

Totuşi, trebuie remarcat faptul că datorită procesului obiectiv de dezvoltare a serviciilor, de apariţie a unor noi activităţi şi de creştere a complexităţii economiei, sfera serviciilor se îmbogăţeşte cu noi trăsături, iar demarcaţia dintre bunuri şi servicii se realizează tot mai greu, multe bunuri necesitând complementar servicii pentru a putea fi folosite şi invers.

Uneori, în literatura de specialitate se prezintă, în loc de caracteristici, dimensiunile serviciilor.

Acestea pot fi:

1. *Aspecte tangibile*: structura fizică, utilajele folosite, personalul, instrumentele de comunicare,
2. *Fiabilitatea:* capacitatea de a face serviciul promis,
3. *Raspunsul:* voinţa de a ajuta clientul şi de a face serviciul promis,
4. *Competenţa*: abilitatea şi cunoştinţele necesare prestării serviciului,
5. *Curtoazia*: gentileţe, respect, consideraţie, cordialitate,
6. *Credibilitate*: încredere, atenţie, onestitate,
7. *Siguranţa*: pericole, riscuri, dubii,
8. *Accesul:* uşurinţa contactului,
9. *Comunicarea*: informarea clientului, folosirea unui limbaj accesibiI,
10. *Inteligenţa clientului*: perceperea dorinţelor lui,
11. Regimul juridic al serviciilor publice,
12. Crearea şi desfinţarea serviciilor publice.

Până nu demult, crearea serviciilor publice a constituit monopol de stat în toate ţările, indiferent de orânduirea socială. Însă, pe masura extinderii democraţiei sociale, inclusiv prin descentralizare, s-a înregistrat şi se înregistrează un transfer al acestui monopol de la nivel central la nivel local.

În prezent, statul păstrează monopolul asupra unor servicii publice considerate de interes naţional pe care le înfiinţează şi le coordonează centralizat, cum sunt: poliţia, starea civilă, prevenirea şi stingerea incendiilor etc. Este vorba, în special, de crearea acelor servicii care afectează libertăţile fundamentale ale cetăţenilor sau care presupun apariţia unor categorii de instituţii publice.

Mutaţiile din sfera social-economică au determinat schimbări semnificative în doctrina administrativă, ajungându-se astfel la o soluţie viabilă: “*Administraţia publică poate impune persoanelor private care prestează activităţi de interes general să îndeplinească şi obligaţii de natură serviciului public.*” Colectivităţile locale pot înfiinţa servicii publice prin intermediul organismului deliberativ al acestora, cu respectarea strictă a condiţiilor stabilite de legislativ:

• obligaţia de a înfiinţa servicii publice de interes local numai în limitele legii, adică, o competenţă limitată la acele servicii publice care nu sunt statale. În România, prin Legea administraţiei publice locale, se precizează ca la nivel local, autorităţile publice “organizează servicii publice de gospodărire comunală, transport local, reţele edilitare etc.”;

• autorităţile administraţiei locale au dreptul de a desfăşura la nivel teritorial servicii publice cu caracter statal cu precizarea că răspunderea revine primarului în calitatea sa de reprezentant al statului;

• înfiinţarea de servicii publice trebuie să urmeze procedura prevăzută de lege cu cele trei restricţii: stabilirea obiectivului de activitate, organizarea şi funcţionarea în baza unui regulament emis de administraţie, controlul modului în care îşi realizează prerogativele.

În prezent, pentru evitarea îngrădirii liberei concurenţe, s-a generalizat o excepţie susţinută de jurisprudenţa cu privire la dreptul autorităţilor locale de a crea servicii publice industriale şi comerciale numai în trei cazuri:

• atunci când serviciul public urmează să-şi desfăşoare activitatea pe domeniul public;

• atunci când răspunde unei obligaţii legale pe care trebuie să o îndeplinească o persoană publică;

• dacă este complementară altui serviciu public.

Suprimarea serviciilor publice se face cu respectarea principiului “actului contrar” potrivit căruia desfiinţarea este de competenţa aceleaşi autorităţi care a aprobat înfiinţarea. Dacă serviciul public a fost înfiinţat prin hotarâre a Consiliului local atunci, acelaşi consiliu poate dispune prin hotarâre, desfiinţarea; dacă serviciul public este de interes naţional, atunci aceeaşi autoritate publică Parlament/Guvern poate dispune prin lege/hotarâre desfiinţarea serviciului respectiv.

Este de reţinut faptul că acest drept nu este nelimitat: autorităţile administraţiei locale nu pot desfiinţa un serviciu public dacă acesta este stipulat prin lege.

Pe de altă parte, administraţia locală poate desfiinţa un serviciu comercial, atunci când servicii similare s-au înfiinţat pe plan local şi asigură nevoile colectivităţii respective.

Perisabilitatea-serviciile nu pot fi stocate. Perisabilitatea serviciilor nu reprezintă o problemă dacă cererea este fermă, dacă se alocă din timp personal de servire corespunzător pentru a face faţă cererii.

Pentru o bună sincronizare între cererea şi oferta de servicii se recomandă:

- preţuri diferenţiate,
- stimularea cererii în perioadele de solicitări minime,
- servicii complementare oferite în perioadele de vârf pot constitui alternative pentru clinţii a căror cerere nu a fost satisfăcută,
- companii aeriene, hoteluri, medici etc.

Lipsa proprietăţii-la achiziţionarea unui bun tangibil, cumpărătorii au acces personal la acest produs o perioadă nelimitată de timp, după care îl pot vinde dacă nu mai au nevoie de el. Serviciilor le lipsesc aceste proprietăţi, iar consumatorul de servicii are acces la prestaţia respectivă, pentru o perioadă de timp limitată.

După **H.J.Harrington** serviciile au anumite proprietăţi care le fac să fie categoric diferite de procesele de producţie:

- serviciile sunt intangibile, ele nu pot fi măsurate, testate sau verificate înainte de livrare,
- serviciile reflectă comportamentul celui care le prestează,
- dacă o ocazie este ratată, nu mai există o a doua şansă,
- clientul face parte din prestaţie,
- serviciul nu poate fi retras de pe piaţă ca un produs,
- activităţile de asigurare a calităţii trebuie încheiate înainte de realizarea produsului. Acest lucru nu poate fi posibil în cazul unui serviciu,
- cu cât clientul interacţionează cu mai multe persoane, cu atât este mai puţin probabil să fie satisfăcut.

Spre deosebire de procesele de producţie, în cazul serviciilor calitatea şi productivitatea intră adesea în conflict. Productivitatea şi calitatea ridicată a serviciilor vor putea fi corelate dacă se elimină toate erorile.

Principii şi reguli de organizare şi functionare a serviciilor publice.

Înfiinţarea serviciilor publice, indiferent de natura şi modul lor de gestiune, se face cu condiţia respectări unor principii de organizare şi funcţionare fundamentale:

- principiul eficienţei,
- principiul echităţii,
- principiul descentralizării.

Principiul eficienţei serviciului public este impus de faptul că toate cheltuielile necesare se suportă de la buget, adică din taxele şi impozitele plătite de contribuabili.

În aceste condiţii, administraţia este obligată să găsească cel mai bun raport între eforturile (costurile) făcute şi efectele obţinute, respectiv cantitatea şi calitatea serviciilor prestate cetăţenilor.

Acest principiu trebuie avut în vedere în toate fazele şi etapele de elaborare a capitolelor de cheltuieli bugetare necesare funcţionării serviciilor publice.

Pe de altă parte, eficienţa presupune satisfacerea tot mai completă a nevoilor cetăţeanului, ceea ce face ca, de cele mai multe ori, cheltuielile prevăzute în buget să fie depăşite. Este însă preferabil să fie satisfăcut interesul public, chiar dacă administraţia va face datorii, întrucât scopul de a fi al acesteia este tocmai satisfacerea tuturor condiţiilor pentru desfaşurarea normală a vieţii publice. Cu cât serviciul public este mai bine structurat, organizat şi condus, cu atât banul public este mai bine folosit, cu alte cuvinte, funcţionează mai eficient.

Principiul echităţii (egalităţii) prestărilor de servicii, este un corolar al principiului egalităţii tuturor cetăţenilor în faţa legii şi ca atare, toţi cetăţenii trebuie să beneficieze în aceeaşi măsură de serviciile publice.

El se aplică deopotrivă agenţilor serviciilor publice şi utilizatorilor serviciilor publice.

Agenţii serviciilor publice sunt supuşi aceloraşi reguli în ceea ce priveşte derularea carierei lor sau accesul la posturi. Acest principiu explică, astfel, regula fundamentală a funcţiei publice, aceea a accesului legal la posturile publice. Ea interzice orice discriminare bazată pe motive de ordin religios, rasial, filozofic sau politic.

Utilizatorii serviciilor sunt, de asemenea, supuşi, în general, aceloraşi reguli. Este de neconceput o administraţie publică prin care unele categorii de cetăţeni să primească mai multă apă, mai multă căldură, în detrimentul altora. Desigur că în practica apar asemenea discrepanţe, dar acestea provin din reţelele tehnice şi organizatorice, nu din principiile administraţiei. Jurisprudenţa admite, cu toate acestea, unele inegalităţi de

tratament în anumite situaţii, atunci când utilizatorii se găsesc în situaţii de fapt sau de drept care permit ca ei să fie grupaţi pe categorii, pentru motive care ţin de interesul general, în temeiul legii. De exemplu, este logic şi se practică tarife diferenţiate pentru transportul fluvial al localnicilor din Delta Dunarii şi respectiv turişti din aceasta zonă.

Pentru aplicarea deplină a principiului echităţii, administraţia trebuie să recurgă sistematic la concurenţă şi să asigure transparenţa pentru furnizorii de servicii publice.

Principiul descentralizării serviciilor publice este prevăzut atât de Constituţia României cât şi de Legea Administraţiei Publice Locale (art. 1) şi se concretizează prin deplasarea centrului de greutate al serviciilor publice de la "centru" către comunităţile teritoriale.

După cum se ştie, scopul organizării serviciilor publice îl constituie satisfacerea unor interese generale ale comunităţii. De aici rezultă că descentralizarea va trebui să ţină cont, în primul rând, de acest scop şi, în ultimul rând, de organizarea (împărţirea) administrativ-teritorială. Ideea contrară este falimentară, pentru că sacrifică interesele cetăţenilor de dragul autonomiei locale.

Descentralizarea serviciilor publice este o acţiune extrem de delicată. Ea trebuie să ţină cont de gradul de specializare al acestora şi de necesitatea continuităţii lor. Astfel, oricât de mult s-ar dori descentralizarea unui serviciu public, administraţia locală nu va putea realiza acest deziderat în lipsa specialiştilor necesari acestui serviciu. Este de neconceput ca o comună să-şi înfiinţeze un post de radio fără electronişti sau redactori, o şcoală fără profesori sau un spital fără medici.

Pentru ca serviciile publice să fie prestate în condiţii de eficienţă, este necesar ca administraţia publică să aplice anumite reguli, între care amintim:

- regula continuităţii;
- regula adaptării sau flexibilităţii;
- regula cuantificării.

Regula continuităţii este impusă de faptul că, prin natura interesului public asigurat, multe servicii publice nu pot fi întrerupte fără riscul dereglării sau periclitării vieţii publice. Aceste servicii vitale pentru orice comunitate trebuie să fie asigurate în mod continuu şi uneori în mod permanent.

De exemplu, spitalele şi serviciile de pază contra incendiilor trebuie să funcţioneze non stop, în timp ce serviciul stării civile este continuu, fără a fi însă permanent. Continuitatea este esenţa serviciului public, ea determinând responsabilitatea administraţiei faţă de modul în care este

respectată. De aceea, administraţia are obligaţia de a prevedea mijloacele şi modalităţile de intervenţie, de a face stocuri de materii prime şi combustibili, de a pregăti forme alternative de satisfacere a nevoilor cetăţenilor în cazuri excepţionale etc.

Continuitatea serviciului generează şi alte consecinţe pentru administraţia publică, mai ales cu privire la regimul contractelor administrative şi al concesionării.

Cei care preiau astfel de situaţii pe bază de contracte sau concesionare trebuie să asigure funcţionarea regulată a serviciului încredinţat, sub ameninţarea unor sancţiuni în caz contrar sau, nu de puţine ori, pot primi un ajutor financiar din partea persoanei publice care face concesiunea, pentru a putea asigura continuitatea serviciului respectiv. De asemenea, acest principiu a stat mult timp la baza interzicerii absolute a grevei pentru agenţii din cadrul serviciilor publice. Ulterior, dreptul la grevă a fost recunoscut, dar în situaţii cu totul speciale şi numai după ce au fost epuizate toate soluţiile de reconciliere.

Regula adaptării (flexibilităţii) la nevoia socială este determinată de faptul că nevoile sociale sunt în continuă diversificare şi modificare cantitativă şi calitativă, iar serviciul trebuie să răspundă prompt şi eficient la evoluţia nevoilor colective şi exigenţele interesului general.

Adaptarea serviciului public la nevoia socială se realizează prin "Statutul de organizare şi funcţionare" a prestatorului de servicii: regie autonomă, societate comercială, instituţie publică etc.

Este de reţinut faptul că statutul oricărui serviciu public este definit de o autoritate a administraţiei publice şi ca dezvoltarea, restrângerea, transferul sau încetarea acestuia se hotărăşte de către administraţie.

Ca atare, serviciile publice create de administraţie rămân sub autoritatea acesteia, indiferent de modul de organizare şi funcţionare a lor.

În cazul persoanelor juridice care au în obiectul lor de activitate prestări de servicii, dar nu se află sub autoritatea administraţiei publice, indiferent de forma în care se prestează serviciul public (locaţie, închiriere, concesiune), administraţia trebuie să prevadă condiţii contractuale obligatorii pentru prestator şi posibilitatea adaptabilităţii serviciului la cererea socială. În cazul acestor contracte administrative, ne găsim în situaţia specială regulilor de drept public întrucât administraţia răspunde la comanda socială, indiferent cui a delegat gestiunea serviciului public. Clauzele obligatorii în sarcina prestatorilor de servicii nu încalcă principiul libertăţii de voinţă a parţilor contractante, ci exprimă, în

termenii dreptului public, atributul administraţiei ca reprezentanţă a cetăţenilor, calitatea de autoritate publică.

Regula cuantificării rezultatelor serviciului public este determinată de cel puţin două motivaţii concrete:

a) necesitatea aprecierii corecte a modului în care serviciul public satisface cerinţele sociale ale cetăţenilor şi implicit, evaluarea rapidă a activităţii serviciului;

b) necesitatea asigurării transparenţei faţă de cetăţeni, aceştia putând, graţie cuantificării, să controleze modul în care se desfăşoară activitatea serviciilor publice, asigurându-se în acest fel principiul echităţii acestora.

CAPITOLUL 7

7. SERVICIILE ÎN ECONOMIILE CONTEMPORANE-MONDIALE

7.1. Serviciile şi aportul lor la economia de piaţă funcţională, tendinţe.

Pentru fiecare tip de serviciu trebuie să existe o gamă aproape nelimitată de aspecte legate de îmbunătăţirea serviciilor. Fiecare prestaţie de serviciu necesită câteva probleme principale care trebuie rezolvate de către toate companiile care doresc să ofere servicii de calitate, după cum urmează:

- servicii „prietenoase”-serviciile să fie cât mai simple şi mai uşor de utilizat,
- instruirea personalului care prestează servicii-personal trebuie să se pricеapă la serviciul pe care clientul îl solicită,
- orientarea către client-servirea rapidă a clientului deoarece angajaţii sunt ambasadorii companiei lor,
- promptitudinea-reacţie promptă la necesităţile clientului,
- delegarea autorităţilor-angajaţi din prima linie se vor ocupa personal de problemele care apar.

Trăsătura caracteristică a activităţilor de servicii, definitoare în multe privinţe, constă în aceea că rezultatele muncii în sfera serviciilor se concretizează în efecte utile ca:

- se repercutează asupra producţiei, circulaţiei, utilizării sau consumului de bunuri materiale (cercetare ştiinţifică, dezvoltare tehnologică, transportul şi circulaţia mărfurilor, întreţinerea şi repararea unor bunuri etc.),
- acţionează asupra formării şi/sau perfecţionării personalităţii umane (învăţământ, sănătate, servicii de igienă personală, turism etc.), sau asupra naturii-protecţia mediului, serviciile de salubritate etc.

Serviciul este caracterizat ca o „activitate utilă menită să satisfacă o anumită nevoie socială”.

„Activitatea utilă” ca servicii se caracterizează prin aceea că rezultatul ei este nematerial şi deci nestocabil.

Definirea aportului şi poziţiei pe care economia serviciilor este chemată să-l ocupe în crearea unei economii de piaţă funcţională comparabilă cu principiile, normelor, mecanismele, instituţiile şi politicile Uniunii Europene şi în final definirea aportului şi poziţiei pe care economia serviciilor trebuie să-l ocupe în dezvoltarea economico-socială a României, constituie locul marcat pe care trebuie să-l ocupe sfera serviciilor.

Procesul de dezvoltare a serviciilor înregistrează un considerabil volum de forţă de muncă spre această sferă de activităţi, de unde rezultă locul important pe care sfera serviciilor trebuie să-l aibă în ocuparea populaţiei active, care să aducă ritmuri susţinute de dezvoltare a economiei unei ţări.

Sectorul cu cel mai mare număr de locuri de muncă este cel al administraţiei federale, de stat, regionale şi locale, următorul este agricultura, urmată de cel sanitar.

Pe baza unui studiu efectuat în 1993 asupra sectorului terţiar în UE, sectorul de servicii constituie principalul furnizor de noi locuri de muncă în ţările membre. Între anii 1980-1990, în acest sector au fost create pe ansamblu, un număr de 104 milioane noi locuri de muncă, în timp ce în sectorul industriei prelucrătoare s-au pierdut 3,6 milioane locuri de muncă.

Experienţa ţărilor cu economie modernă demonstrează faptul că sfera serviciilor reprezintă unul din puţinele sectoare de activitate în care se înregistrează în continuare ritmuri de dezvoltare şi de ocupare a forţei de muncă.

Aprofundarea locului şi rolului serviciilor în ansamblul economiei nu poate fi ignorat de agenţii economici care s-au angrenat în procesele de mijlocire a schimbului de valori între sfera producţiei de bunuri materiale şi sfera serviciilor şi consumului.

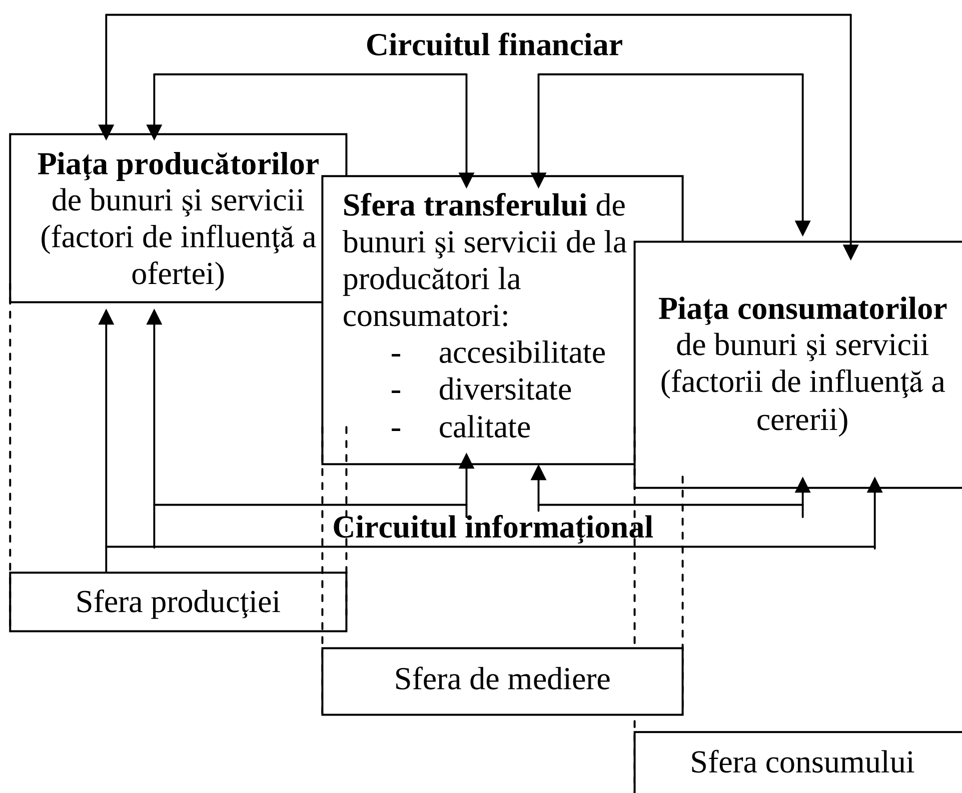


Fig. 7.1. Schimbul de valori între sfera producţiei şi a consumului de bunuri şi servicii

Aprecierile clientelei asupra gradului de satisfacţie resimţit în urma consumului de servicii constituie unul dintre argumentele reductibile în competitivitatea dintre firmele prestatoare de servicii.

Rezultatele economice pozitive înregistrate în urma activităţilor desfăşurate constituie raţiunea existenţei acestor firme mici şi mijlocii, garanţia supraveniturilor faţă de presiunile concurenţiale ale altor unităţi cu profiluri similare de activitate, presiuni, care în condiţiile de piaţă, ar fi tot mai dure şi agesive.

7.2. Rolul serviciilor în dezvoltarea economică.

Dezvoltarea socio-economică a ţărilor cu economie de piaţă a scos în evidenţa procesului de transferare a forţei de muncă din sfera producţiei în sfera serviciilor, proces caracteristic oricărei economii moderne şi cunoaşte proporţii din ce în ce mai ample.

7.2.1. Adâncirea diviziunii sociale a muncii.

Procesele de dezvoltare şi modernizare a economiilor naţionale sunt: însoţite de adâncirea continuă a diviziunii sociale a muncii şi implicit, descoperirea gradului de interdependenţă dintre diferitele ramuri şi sub-ramuri economice.

Adâncirea procesului de multiplicare a ramurilor şi sub-ramurilor se manifestă cu precădere în sfera nematerială, ale cărei rezultate se concretizează în bunuri cu diferite efecte utile (cu înveliş nematerial).

Ca urmare a revoluţiei tehnico-ştiinţifice, cantitatea de muncă necesară producerii bunurilor materiale se reduce având loc astfel transferul locurilor de muncă disponibile spre sfera serviciilor care generează noi locuri de muncă, sfera serviciilor oferind şanse de ocupare a forţei de muncă disponibile duce la reducerea ratei şomajului.

Apariţia de noi cerinţe sociale-realizarea unor cantităţi sporite de bunuri materiale asigură satisfacerea în condiţii superioare a nevoilor de consum ale societăţii, dar contribuie şi la apariţia unor noi cerinţe.

Noile cerinţe sociale apărute în societăţile moderne impun, printre altele şi dezvoltarea serviciilor de odihnă. Cerinţele creşterii calităţii vieţii generează şi alte categorii de servicii ca:

- uşurarea muncii în gospodărie,
- uşurarea unor munci casnice gospodăreşti,
- utilizarea eficientă a timpului devenit disponibil pentru alte activităţi.

Cerinţe noi pentru specializarea şi perfecţionarea forţei de muncă, între nivelul de instruire a populaţiei şi progresul societăţii se creează o relaţie directă, inter-relaţională.

7.2.2. Intensificarea schimburilor internaţionale de valori.

Corespunzător volumului în creştere a schimburilor internaţionale de bunuri materiale se amplifică şi structurile internaţionale în sfera serviciilor.

În România, la nivelul anului 1998, serviciile de turism şi transport au ocupat locul principal (63,12%) din totalul acumulat al încasărilor din export de servicii, respectiv al plăţilor pentru import de servicii.

7.3. Cererea de mărfuri şi cererea de servicii.

Cererea de mărfuri exprimă nevoile solvabile de consum pentru bunuri materiale şi se manifestă ca o sumă de cerinţe particularizate a consumatorilor influenţate de o mulţime complexă de factori obiectivi şi subiectivi (sex, vârstă, grad de cultură, preferinţe, obiceiuri, modă etc.)

Căile de manifestare a nevoilor de consum ale membrilor societăţii sunt diferite, procurarea de mărfuri de pe piaţă reprezentând doar una dintre aceste căi, la care, pentru anumite trebuinţe, se mai adaugă şi autoconsumul.

O altă cale de satisfacere a trebuinţelor o formează prestările de servicii către populaţie, ca sferă de activitate economică al cărui obicei îl constituie satisfacerea anumitor trebuinţe de ordin material (bunuri tangibile) şi de ordin spiritual (bunuri intangibile ale consumatorilor).

Substituirea cerere de mărfuri-cerere de servicii are loc în ambele sensuri şi este rezultatul faptului că, atât cererea de mărfuri, cât şi cererea de servicii, se referă adesea la acelaşi obiect.

În alte cazuri, cererea pentru servicii poate fi înlocuită cu o cerere pentru mărfuri. Un alt exemplu îl constituie alternativa deplasării cererii de la serviciile transporturilor publice la cererea de autoturisme proprii.

Transferul de la cererile de servicii (transporturile publice) la cererea de mărfuri (autoturisme) implică în continuare cererea crescândă pentru servicii de întreţinere-reparaţie-revizii autoturisme, apariţia unor cereri pentru benzină, lubrifianţi, piese de schimb şi alte articole.

Totodată cererea turistică este asociată cu cerere suplimentară de mărfuri necesare turismului (articole de voiaj, articole de plajă, sportive, cosmetice, vestimentaţie adecvată perioadei de sezon etc.)

În condiţiile unui nivel determinat al veniturilor diferitelor categorii şi invers.

Tendinţa constantă de creştere a cererii de servicii va avea ca rezultat implicaţii asupra dezvoltării fiecărui sector a economiei naţionale care participă, direct sau indirect, la prestările de servicii către populaţie.

7.4. Locul serviciilor în sectorul terţiar.

Volumul crescut şi importanţa ridicată a activităţilor de prestări de servicii justifică categorisirea lor într-un sector distinct al economiei naţionale, cunoscut în literatura de specialitate sub denumirea generică de **„sector terţiar**”.

La definirea conceptului de sector terţiar se porneşte de la constatarea că în evoluţia sistemelor productive industriale procesele de terţizare ocupă o pondere tot mai mare în economie.

Colin Clark a definit în 1940 astfel conţinutul producţiei primare, secundare şi terţiare.

- **producţia primară**-agricultura, creşterea vitelor, silvicultura, vînătoarea şi pescuitul,
- **producţia secundară**-industria extractivă, industria manufacturieră, industria grea şi uşoară, alimentară, producţia şi furnizarea de energie,
- **producţia terţiară**-toate celelalte activităţi care nu intră în categoriile de mai sus (comerţul, instituţiile de cultură, de învăţământ, asistenţă socială, medicală, sport etc.)

Colin Clark a considerat ca necesar să precizeze că, gruparea propusă nu este preferată, ci mai degrabă imperativă, sectorul terţiar având mai ales un caracter „rezidual" comparativ cu sectoarele primar şi secundar.

Sociologul francez **Jean Fourastie** menţionează gruparea clasică reţinând pentru sectorul primar numai agricultura, incluzând în sectorul secundar toate procesele productive ce se diferenţiază de agricultură.

Sectorul terţiar este delimitat ca o sferă eterogenă de activităţi în care elementele componente pot varia în timp şi spaţiu şi atrag o pondere mereu crescândă de forţă de muncă necesară desfăşurării acestei activităţi.

Evoluţia societăţilor moderne va aduce şi la necesitatea revizuirii concepţiei clasice a activităţii trisectoriale (primar, secundar şi terţiar).

Procesul continuu duce la specializarea unor activităţi care prin conţinutul lor, cu greu vor mai putea fi menţinute în sectorul terţiar (activităţi de cercetare, dezvoltare, optimizare a proceselor productive, serviciile aservite sectorului terţiar însăşi etc.)

Se desprind două constatări utile pentru problematica sectorului terţiar:

- nu există încă o metodologie clară şi unitară de cuprindere a serviciului în sectorul terţiar,
- nu s-a cristalizat încă o concepţie suficient de clară de clasificare riguroasă a serviciilor.

Balanţa serviciilor identifică următoarele trei posturi majore:

1. **transportul** care înglobează trei sub-posturi-transport mărfuri, transport de pasageri şi alte servicii de transport,
2. **turism**, cu trei sub-posturi: deplasări oficiale, turism particular şi alte categorii de călătorii,
3. **alte servicii**, gruparea care cuprinde toate celelalte categorii de servicii necuprinse în primele două: servicii de comunicaţii, servicii de construcţii, servicii de asigurări, servicii de finanţare, servicii informative şi legate de computere, taxe de licenţă şi drepturi de autor, alte servicii de afaceri (servicii juridice, consultanţă contabilă şi management, servicii de publicitate şi de prospectare a pieţei, servicii de cercetare-dezvoltare, servicii de arhitectură şi inginerie, servicii în domeniul agriculturii, alte servicii comerciale, servicii personale, culturale şi de reacţie, servicii guvernamentale în alte categorii.

Toate acestea demonstrează că dezvoltarea sectorului terţiar este un proces dinamic, în continuă evoluţie, ca o consecinţă a progreselor rapide în procesele de industrializare, sectorul terţiar îndeplineşte o funcţie economică şi socială de importanţă majoră, funcţie de legătură între ramurile economiei naţionale de stimulare a contactelor economice şi sociale pe plan intern şi internaţional.

7.5. Serviciile de producţie: cheia competitivităţii în economiile moderne.

Din creşterea gradului de implicare a serviciilor în producţia de bunuri materiale sau, altfel exprimat, din creşterea cpnţinutului în servicii al produselor rezultă un aspect foarte important legat de rolul serviciilor în economiile naţionale contemporane şi anume cel vizând competitivitatea firmelor şi respectiv a ţărilor pe plan internaţional.

Întrucât acest proces se traduce în termeni practici prin aceea că fiecare bun material (sau serviciu) produs şi/sau exportat conţine un aport sporit de servicii la diferitele niveluri ale procesului de producţie-începând cu proiectarea, fabricaţia şi controlul calităţii şi până la reclamă, distribuţie şi cercetarea pieţei-rezultă că succesul produsului pe piaţa internaţională va depinde într-o măsură tot mai mare de eficienţa şi calitatea serviciilor încorporate şi că acestor servicii le va reveni, prin urmare, o tot mai mare pondere din valoarea nou creată aferentă produsului. Aceasta înseamnă, evident, că o poziţie competitivă puternică în anumite servicii de producţie-cheie este o condiţie şi nu o alternativă

pentru asigurarea unei poziţii competitive puternice în comerţul cu produse prelucrate.

În literatura economică, dar şi în cercurile de afaceri în general, se face frecvent aluzie la faptul că industria constructoare de maşini din Germania vinde nu atât instalaţii, cât „soluţii de probleme”. În esenţă, prin această aserţiune se face referire la faptul că ceea ce se vinde nu sunt doar produse, ci „pachete de ofertă” sau „agregate produse-servicii”, în cadrul cărora produsul fizic şi serviciile imateriale, inovaţia la nivel de produs şi de proces au devenit inseparabile, valoarea produsului vândut fiind determinată într-o măsură crescândă de componentele „intangibile”.

Această corelaţie este cunoscută în literatura economică drept „compacks”, adică „pachete de bunuri şi servicii integrate”. Or, în condiţiile în care numeroase întreprinderi industriale sunt expuse în prezent mai curând unei concurenţe prin intermediul calităţii şi al serviciilor decât al preţurilor, tocmai aceste componente ale ofertei sunt cele care conţin avantajul decisiv de competitivitate.

După cum am văzut în contextul înăspririi climatului concurenţial şi al tranziţiei tot mai pronunţate la o piaţă determinată de preferinţele în continuă diversificare şi sofisticare ale cumpărărtorului, are loc o creştere considerabilă a cererii pentru expertiză specializată. Or, această cerere nu poate fi satisfăcută decât prin înglobarea în activitatea de producţie a tot mai multe şi mai variate imputuri de servicii, menite a conferi producţie toacmai acea felxibilitate pe care o presupun continua diferenţiere a produselor, creşterea calitătii şi a gradului de sofisticare a acestora, în paralele cu sporirea gradului lor de accesibilitate pentru utilizatori.

În aceste circumstanţe, putem considera că serviciile incorporate în bunuri materiale devin o armă strategică de prim rang în cadrul arsenalului competitiv al firmelor.

Tocmai de aceea, numeroase studii elaborate în special în anii ’80, inclusiv sub auspiciile UNCTAD, care investighează rolul serviciilor în contextul dezvoltării, subliniază necesitatea luării în considerare în cadrul strategiilor de dezvoltare economică a ţărilor în curs de dezvoltare a importanţei crescânde a sectorului de servicii, sugerându-se oportunitatea iniţierii unor măsuri destinate consolidării componentelor-cheie ale sectorului de servicii pentru menţinerea poziţiilor competitive în comerţul cu bunuri materiale. În acest context, sunt avute în special acele segmente ale serviciilor furnizate întreprinderilor/producătorilor, care înlesnesc integrarea producţiei de servicii cu producţia de bunuri materiale şi care

în literatura de specialitate, poartă denumirea de „*servicii de producţie*”, cunoscute şi drept „*servicii de afaceri*”.

Serviciile de producţie sunt prin definiţie factori intermediari, respectiv imputuri în ciclul complex de producţie-distribuţie al bunurilor materiale şi serviciilor, ele acoperind toate fazele acestui ciclu-începând de la mobilizarea resurselor şi concepţia şi dezvoltarea produselor şi proceselor, trecând prin organizarea şi coordonarea producţiei materiale şi până la distribuţia şi desfacerea produselor finite. Aceste sdervicii includ, printre altele: software-ul, prelucrarea şi transmiterea datelor şi informaţiilor, cercetarea-dezvoltarea, serviciile de proiectare şi inginerie, serviciile de management, juridice, de consultanţă, serviciile comerciale de import/export, publicitatea, studiile de piaţă, seviciile bancare şi financiare, de asigurări, de contabilitate, de audit, de testare şi analiză, de leasing, de investigaţie şi proiecţie, de întreţinere, de control al calităţii etc.

În ţările dezvoltate a avut loc o expansiune notabilă a serviciilor de producţie în ultimele două decenii, acest subsector de servicii conturându-se ca un doomeniu deosebit de dinamic al economiilor acestor ţări şi ca un determinant major al eficienţei şi competitivităţii firmelor. Rezultatele a numeroase studii dedicate analizei cauzelor expansiunii serviciilor de producţie şi efectelor acestora asupra economiilor ţărilor avansate converg datorită faptului că ele permit firmelor din aceste ţări să adopte tehnologiile avansate, să le aplice în procesul de producţie, să inoveze şi să producă cu mai multă eficienţă.

Experienţa ţărilor avansate relevă că aplicarea tehnologiilor din domeniul informaţiei şi telecomunicaţiilor în sistemele de producţie a contribuit considerabil la expansiunea subsectorului de servicii de producţie. În primul rând, numeroase servicii de producţie sunt ele însele servicii de informatică, constituind rezultatul direct al progreselor tehnologice din domeniul informaţiei şi telecomunicaţiilor.

Dezvoltarea dinamică a serviciilor de producţie a fost stimulaţă într-o largă măsură şi de procesul de „externalizare” a producţiei de servicii, care a avut loc în ultimii ani în ţările dezvoltate şi prin care serviciile furnizate în trecut în cadrul unor întreprinderi industriale mari au fost subcontractate unor firme autonome sau unor filiale create în acest scop, serviciile furnizate în noile împrejurări devenind mai variate, mai specializate, mai eficiente şi mai accesibile pe piaţă. Astfel, serviciile asociate cu operarea unei întreprinderi sunt disponibile pe piaţa liberă,

dimensiunea capitalului iniţial necesar pentru crearea unei firme mici sau mijlocii este redusă, iar adaptabilitatea şi competitivitatea unei asemenea întreprinderi o dată creată est consolidată.

În acest fel, serviciile de producţie intră direct în procesul de ajustare structurală, facilitând abilitatea firmelor de a se adapta noilor condiţii de pe piaţă, de a aplica noile tehnologii, de a îmbunătăţi produsele lor şi de a penetra pe noi pieţe.

Cu alte cuvinte, servciile de producţie constituie un factor dinamic în economia naţională, aducând o contribuţie importantă la procesul dezvoltării, dat fiind faptul că:

- permite întreprinderilor din celelalte sectoare, inclusiv din alte subsectoare de servicii, să-şi mărească productivitatea, să adopte noile tehnologii şi să se adapteze la cererea de pe piaţa mondială,
- stimulează investiţii noi în întreprinderi mici şi mijlocii,
- creează un mediu stimulativ pentru inovaţie şi creativitate,
- circumvin gâtuirile din procesul de producţie şi distribuţie,
- asigură locuri de muncă şi oportunităţi de afaceri întrucât cererea pentru asemenea servcii este o funcţie a nevoilor celorlalte sectoare de a se adapta competiţiei crescânde şi ca atare, nu este uşor saturată.

Serviciile de producţie contribuie considerabil la competitivitatea exporturilor de bunuri materiale şi de servicii, în special dacă sunt organizate ca „sisteme integrate”, Sistemele integrate implică o legătură strânsă între serviciile în „*amonte*” faţă de procesul propriu-zis de producţie-de exemplu serviciile de cercetare-dezvoltare, proiectare, inginerie etc.-serviciile din „*interiorul”* procesului de producţie-de exemplu, serviciile de management al stocurilor, de contabilitate, juridice, de întreţinere, de control al calităţii etc.-şi serviciile din „*aval”*-de exemplu, serviciile de marketing, de distribuţie, de publicitate etc.

În acest mod factorii responsabili pentru concepţia produsului şi pentru inovaţie obţin un „feedback” instantaneu în legătură cu schimbările apărute în planul cererii de pe pieţele externe, putând opera rapid modificările necesare în procesul productiv.

Abilitatea de a menţine un asemenea proces continuu de „feedback” constituie cheia succeselor de export ale unor ţări şi un important factor al avantajelor comparative „create”sau „dinamice”. Ca urmare a progresului

tehnologic continuu şi rapid, incertitudinea a devenit regulă, iar avantajul comparativ poate fi considerat astăzi ca fiind întruchipat în „abilitatea de a se adapta” exigenţelor pieţei mondiale. De altfel, este tot mai larg împărtăşită opinia în prezent competitivitatea internaţională a bunurilor materiale şi serviciilor depinde mai curând de capacitatea unei ţări de a adopta, a însuşi, a acumula şi a utiliza cunoştinţe şi know-how asociate cu noile tehnologii, decât de alocarea resurselor sau de relativa înzestrare cu factori de producţie.

Serviciile de producţie constituie tocmai cheia acestei abilităţi. În aceste aspecte rezidă înainte de toate rolul strategic al serviciilor în economiile moderne sau, cu alte cuvinte, serviciile au ajuns să fie direct integrate în procesul de producţie, fie a produselor industriale, fie a produselor agricole sau a altor servicii, contribuind la creşterea productivităţii, a valorii adăugate şi a competitivităţii internaţionale a acelor sectoare.

În aceste condiţii, accesul la servicii eficiente şi în special la servicii moderne de producţie a devenit un factor decisiv al dezvoltării economice de ansamblu şi al competitivităţii economiilor contemporane, după cum dovedesc, fără echivoc, rezultatele cercetărilor recente efectuate pe plan internaţional, iar dincolo de această dimensiune, cercetările noastre arată că, în cazul specific al ţărilor aflate în tranziţie, serviciile de producţie constituie o verigă importantă care leagă cele trei componente majore ale transformării sistemice: stabilizarea macroeconomică, ajustarea structurală şi procesul de edificare a noilor instituţii ale pieţei.

Dezvoltarea serviciilor de producţie apare, ca o premisă importantă a procesului de restructurare şi ca o componentă esenţială a oricărei politici industriale menite să conducă la eficientizarea economiei naţionale şi la creşterea competitivităţii acesteia pe pieţele externe.

CAPITOLUL 8

8. MANAGEMENTUL SOCIO-ECONOMIC AL SERVICIILOR

8.1. Servucţia şi oferte de servicii.

Pierre Eigler şi Eric Langeard au introdus în ştiinţa economică termenul de „servucţie”, cu sensul de producţie de servicii. Aceasta s-a impus prin faptul că realizarea şi prestarea de servicii nu este o producţie.

În activitatea de servicii, în realizarea propriu-zisă prestaţiei, intervine direct numai o parte a personalului, personalul aflat în contact cu clientela, dar participă şi însuşi clientul, producţia şi desfacerea fiind suprapuse, concomitente. Restul personalului constituit din compartimentele de întreţinere şi reparaţii, contabilitate, marketing, echipa managerială acţionează indirect asupra procesului economic existând o serie de corelaţii inverse, precum şi un sistem organizatoric inter-relaţional în cadrul tuturor acestor compartimente.

În procesul serviciilor, intervenind şi clientul, realizarea proceselor şi conducerea, coordonarea acestora este complexă şi nu se poate reduce la organizări de tip tehnico-tehnologic. Se impune un management adecvat, specific serviciilor faţă de producţie materială.

Imaterialitatea serviciilor face necesar ca servucţia să fie făcută vizibilă, ceea ce se numeşte „*materializarea serviciilor*”.

Aceasta se realizează prin tehnici de „*managementul dovezii*” adică de „*a lăsa urme*”, de a atrage atenţia asupra aspectelor pe care le consideră prestatorul că trebuie remarcate sau cunoscute de către beneficiar. Acestea trebuie identificate sau create, trebuie scoase în evidenţă „*exploatate*” favorabil.

Analiza managementului în cazul serviciilor nu se va axa pe structura clasică din industrie, ci pe componentele proprii procesului de servire: managementul capacităţilor, managementul de personal, cu abordări specifice de productivitate, totul concentrat pe client şi cu accent pe calitate.

Totodată conducerea strategică va urmări aceleaşi componente axate pe cultura de întreprindere, pe dezvoltări adecvate sectorului serviciilor, pe conceperea de oferte adecvate pieţei, pe specificul organizării în reţea.

Managementul firmelor de servicii trebuie să se axeze pe interfaţa şi relaţionalitatea în intercorelaţia cu furnizorii şi benefiarii serviciilor, iar concurenţa trebuie analizată în cadrul ansamblului managementului pieţei, a conducerii abile a relaţiilor şi contactelor cu cadrul înconjurător.

În producţia de fabrică, managementul se axează pe procesul tehnologic, adică accentul gestiunii şi organizării se pune pe perfecţionarea acestuia în sensul creşterii productivităţii, eliminării stocării, reducerii costurilor etc.

În activitatea de servire, în realizarea propriu-zisă a prestaţiei, intervine direct numai o parte a personalului (numit personal aflat în contact cu clientela), dar participă şi însuşi clientul, producţia şi desfacerea fiind suprapuse, concomitente.

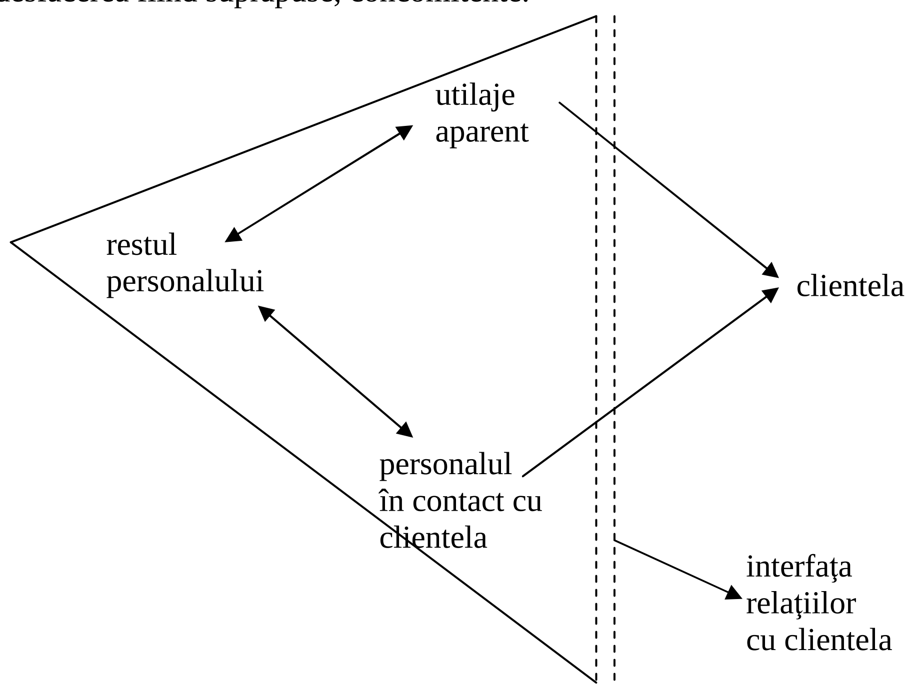


fig. 8. 1. Schema servucţiei

8.2. Natura socio-economică a serviciilor.

Gândirea economică a zilelor noastre este încă de stereotipul „producţiei materiale” care se reflectă şi în analiza deosebirilor dintre bunuri şi servicii. Diferenţierea între bunuri şi servicii este necesară pentru conturarea conceptelor respective, cu observaţia că aprecierea ca

unele dintre activităţi ar fi mai importante şi altele mai puţin importante, după măsura în care sunt productive ar însemna o eroare.

La fel ca şi conceptul de serviciu, natura socio-economică a acestuia, respectiv caracterul productiv sau neproductiv al serviciului, rolul lor în creşterea şi dezvoltarea economică, constituie obiectul unor controverse, al unor opinii foarte variate. Aceste opinii descriu un evantai foarte larg, mergând de la aprecierea că toate serviciile sunt neproductive, până la aceea că toate serviciile sunt productive, existând prin urmare servicii productive şi servicii neproductive.

Din punct de vedere al rolului contribuţiei serviciilor la creşterea economică serviciile se pot clasifica în:

- servicii intensive în muncă (clasice)-necesită un personal numeros cu o calificare medie sau submedie,
- servicii intensive de inteligenţă-executate de un personal relativ restrâns înalt calificat şi cu un nivel ridicat de salarizare.

Pentru diverse produse, costul producţiei, depăşeşte rar 20% din preţul produsului finit. Aproape 80% din preţul produsului este absorbit de servicii care sunt necesare pentru a face produsele respective utilizabile. În ceea ce priveşte serviciile intensive în inteligenţă, un rol deosebit în creşterea economică îl au serviciile de proiectare, cercetare-dezvoltare, învăţământ, Know-how, serviciile incluse în categoria serviciilor internaţionale.

Evaluarea valorii în domeniul serviciilor se face mai ales ţinând seama de elemente subiective şi în mod deosebit în funcţie de cerere şi oferta de servicii pe piaţă.

8.3. Servicii-domeniu de cuprindere.

Serviciile constituie o activitate a cărui rezultat este nematerial, deci negociabil. Prestarea unui serviciu nu se concretizează în produse cu existenţa de sine stătătoare.

Oferta de piaţă a unei firme include, de regulă, şi o serie de servicii.

Din acest punct de vedere se pot deosebi cinci categorii de oferte:

1. **un bun pur tangibil**: oferta este constituită dintr-un bun tangibil, ca de exemplu: zahărul, sarea, detergenţii etc. Nici un serviciu nu însoţeşte produsul.

2. **un tangibil însoţit de servicii**: oferta constă dintr-un bun tangibil însoţit de unul sau mai multe servicii, cu scopul de a mări interesele consumatorului (un producător de automobile trebuie să vândă mai mult decât o simplă maşină. Cu cât produsul este mai sofisticat din punct de vedere tehnologic, cu atât vânzarea sa este mai dependentă de calitatea şi disponibilitatea pentru clienţi a serviciilor care însoţesc produsul),
3. **un hibrid**: oferta constă din bunuri şi servicii în proporţii egale: un restaurant este cunoscut atât pentru produsele culinare cât şi pentru serviciile prestate în unităţile respective.
4. **un serviciu de bază însoţit de bunuri şi servicii secundare**: pasagerii unei linii de transport aeriene cumpără un serviciu de transport. Călătoria include astfel de bunuri, cum ar fi: masa şi băuturile servite la bord, reviste sau alte materiale informative distribuite pasagerilor pe linia aeriană respectivă, serviciul de bază fiind transportul cu avionul sau linia de catering, însă ceea ce se oferă în principal este un serviciu,
5. **un serviciu pur**: oferta reprezintă în primul rând un serviciu care poate consta în supravegherea copiilor în absenţa părinţilor (baby-sitter), psihoterapie, masaje etc.

Serviciile sunt menite să creeze utilităţi. În economia serviciilor se regăsesc cinci tipuri de utilităţi, adaptabile la nevoile de consum în care sunt solicitate prestaţiile:

- **utilitatea formei** (a elementelor tangibile asociate cu serviciile prestate),
- **utilitatea loculu**i şi a condiţiilor care favorizează accesibilitatea acestora la servicii (localizării unităţilor prestatoare de servicii cât mai la îndemâna consumatorilor),
- **utilitatea timpului (**obţinerea rapidă a serviciilor care satisfac trebuinţe ce nu suferă amânare (serviciile de intervenţii medicale prestate în spitale de urgenţă, serviciile pompierilor etc.)
- **utilitatea posesiei (**a gradului de satisfacţie asociat cu diversitatea ofertelor, cu calitatea şi valoarea consumaţiei),
- **utilitatea informaţiei** (cunoaşterea conţinutului ofertelor, al promovării serviciilor şi al recomandărilor şi sfaturilor

prestatorilor, care să satisfacă cel mai bine nevoile şi preferinţele clienţilor potenţiali).

8.4. Determinarea calităţii serviciilor.

Analiza modului de desfăşurare a proceselor de prestare a serviciilor permite evidenţierea următoarelor aspecte esenţiale care vor influenţa, în sens pozitiv sau negativ calitatea serviciilor:

- procsele de prestare a serviciilor au caracterul unor tranzacţii comerciale între ofertantul care livrează serviciile şi beneficiarul serviciilor respective,
- datorită variabilităţii lor, conţinutul serviciilor diferă de la o prestaţie la alta. Serviciile prestate poartă amprente de unicitate, performarea lor fiind nuanţată după preferinţele individualizate ale clienţilor,
- relaţiile între personalul întreprinderilor de servicii şi clienţi sunt relaţii de interfaţă. Relaţiile vânzător-cumpărător exprimă modul în care este percepută calitatea serviciului prestat de ambii parteneri ai tranzacţiilor. Clientul percepe calitatea nu numai din punct de vedere tehnic, dar şi din punct de vedere funcţional,
- sub influenţa unor factori accidentali (timpi lungi de aşteptare provocate de influenţele neprevăzute de sezonabilitate) pot să apară neconcordanţe între calitatea dorită (aşteptată) de client şi calitatea percepută a serviciilor repetate care pot genera non-satisfacţii pentru consumatori,
- clientul apreciază subiectiv calitatea prestaţiilor în comparaţie cu alte situaţii similare de consum, pe baza experienţei proprii acumulate în trecut.

Din acest punct de vedere, în cazul unei prestaţii particularizate de servicii pot fi distinse diverse grade subiective de apreciere a calităţii serviciilor:

- **servicii excelente**-dacă în optica consumatorului perceperea serviciilor repetate depăşeşte nivelul calitativ al prestaţiilor la care aşteaptă clientul,
- **servicii de bună calitate**-dacă aşteptările clientului concordă cu nivelul promisiunilor prestatorului şi/sau dacă aşteptările sale corespund cu nivelul calitativ al serviciilor de care a beneficiat consumatorul şi în alte situaţii similare din trecut, al serviciilor de care a beneficiat consumatorul şi în alte situaţii similare din trecut,

- **servicii apreciate ca satisfăcătoare calitativ**-dacă în anumite situaţii prestate pentru client respectiv prelevează ca importantă una sau mai multe din utilităţile oferite de servicii. Clientul acceptă ca satisfăcătoare calitatea mediocră a serviciilor, dacă se înscriu în limitele admisibile ale unei zone de toleranţă (zona gri),
- **servicii necorespunzătoare calitativ**-dacă consumatorul apreciază că serviciile receptate se situează sub nivelul aşteptărilor,

Cristian Grunvoos distinge următoarele caracteristici calitative pentru evaluarea proceselor de prestare a serviciilor:

- tangibilitate,
- fiabilitate,
- capacitate de reacţie sau de răspuns,
- asigurare,
- ocupaţie,
- revalorizare.

Semnificaţia şi importanţa acestor caracteristici variază considerabil de la o situaţie la alta, în funcţie de natura şi dimensiunile temporale, spaţiale şi structurale ale fiecărui serviciu prestaţiei clientelei.

Studiile analiştilor au demonstrat că satisfacţia consumatorilor este influenţată de calitatea deosebită a serviciilor şi calitatea la rândul ei influenţează intenţiile de cumpărare.

Calitatea serviciilor este mai greu de definit, de judecat sau de exprimat în termeni cantitativi, deoarece serviciul are puţine dimensiuni fizice, cum ar fi performanţele, caracteristicile funcţionale sau costurile de întreţinere, care ar putea fi folosite pentru comparare sau măsurare. Aprecierile consumatorilor sunt rezultatul unor comparaţii între aşteptările clienţilor şi performanţelor reale ale serviciilor.

Pentru obţinerea unui avantaj diferenţiat, prestatorii trebuie să îmbunătăţească calitatea urmărind depăşirea consumatorilor în perceperea calităţii.

În acest scop întreprinderile trebuie să identifice:

- care sunt principalii factori determinaţi ai calităţii serviciului,
- care sunt aşteptările consumatorilor care recurg la serviciile întreprinderii prestatoare,
- cum evaluează consumatorii serviciile întreprinderii în comparaţie cu aşteptările lor.

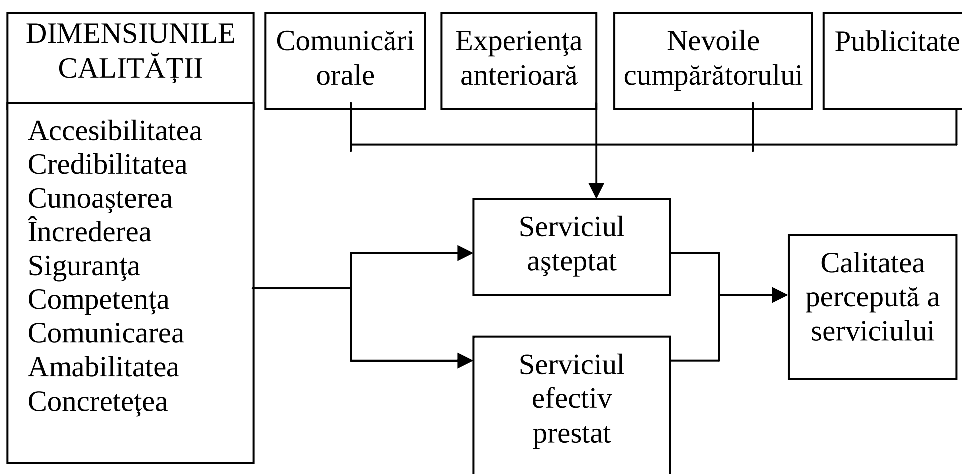


Fig. 8.2. Principalii factori determinaţi ai perceperii calităţii serviciului.

Primii cinci determinaţi ilustraţi în fig 8.2., se referă la calitatea rezultatului serviciului, iar ultimii cinci determinanţi se referă la calitatea prestaţiei propriu-zise. Prin urmare, pentru a furniza un serviciu de calitate, prestatorul trebuie să se concentreze asupra ansamblului celor zece dimensiuni ce vor determina calitatea.

În figura 8.3. se prezintă modelul calităţii serviciului, unde sunt evidenţiate principalele cerinţe pe care trebuie să le îndeplinească un serviciu pentru care să atingă nivelul dorit de consumator.

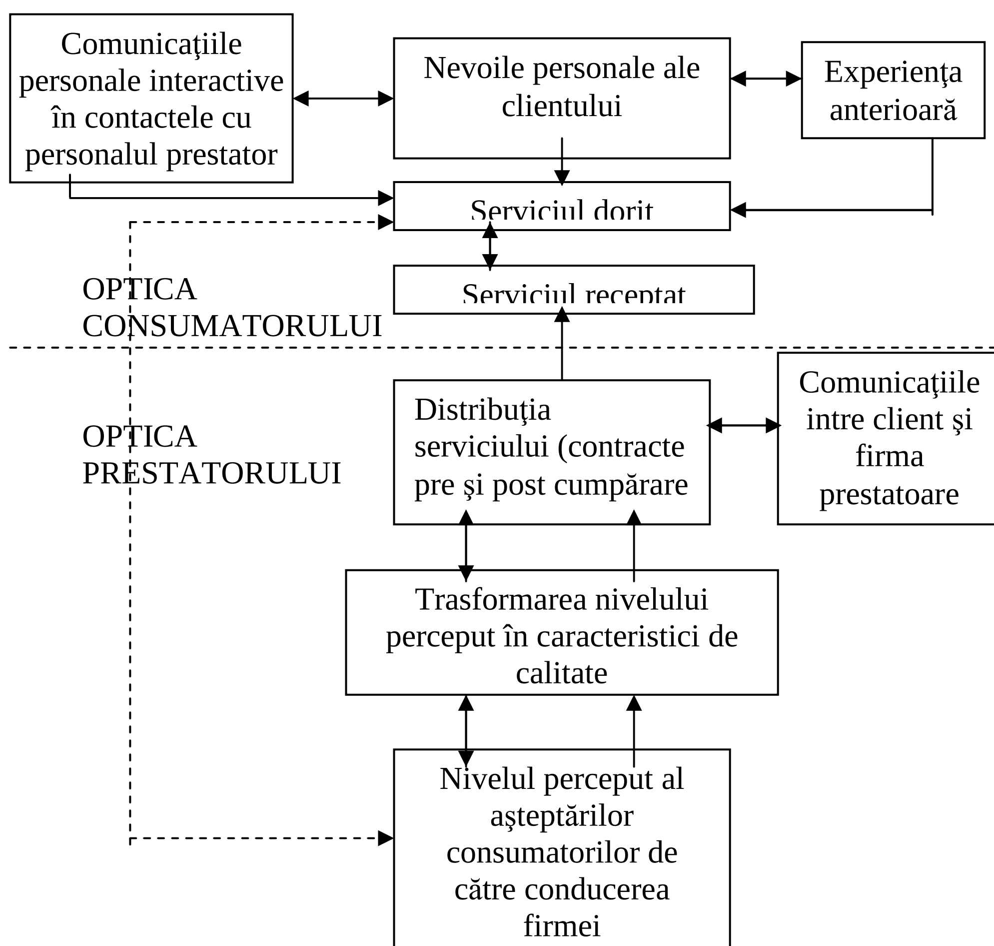


Fig 8.3. Modelul calităţii serviciului

Pentru perceperarea calităţii unui serviciu se iau în consideraţie un număr de zece factori determinanţi:

- accesibilitatea (serviciul este accesibil şi oferit la timp?),
- credibilitatea (întreprinderea prestatoare de servicii este credibilă şi de încredere?),
- gradul de cunoaştere (furnizorul de servicii cunoaşte şi înţelege nevoile consumatorilor?),
- încrederea (serviciul este consistent şi deci demn de încredere din partea consumatorilor?),
- siguranţa (clientul este convins că serviciul solicitat este sigur şi nu implică riscuri?),

- competenţa (personalul este competent, având pregătirea şi cunoştinţele necesare pentru a presta un serviciu de calitate?),
- comunicarea (cât de bine a explicat prestatorul conţinutul serviciului respectiv?),
- amabilitatea (personalului este ospitalier, dornic şi operativ în prestarea serviciului?),
- aspectele evidenţei fizice ale prestaţiei (personalul, ambianţa, dotările tehnice şi alte atribute reflectă o calitate ridicată?).

În modelul calităţii serviciului sunt evidenţiate următoarele diferenţe posibile în modul de percepere a serviciilor:

- diferenţa dintre aşteptările consumatorului şi nivelul calitativ al prestaţiilor, aşa cum este perceput de către managerii încadrărilor,
- diferenţa dintre nivelul perceput de conducere şi caracteristicile de calitate a serviciului,
- diferenţa dintre caracteristicile de calitate ale serviciului şi distribuirea (prestaţia) acestuia,
- diferenţa dintre distribuţia (livrarea) serviciului şi comunicaţiile între client şi întreprinderi,
- diferenţa dintre serviciul receptat şi cel dorit.

Această diferenţă survine în momentul în care consumatorul apreciază subiectiv prestaţia efectuată de o întreprindere şi percepe necorespunzător calitatea serviciului.

Analiştii au demonstrat că asupra calităţii unui serviciu au influenţă un set de cel puţin cinci factori determinanţi, după cum urmează:

- **corectitudinea,** respectiv capacitatea întreprinderii de a presta în mod fidel şi atent serviciul promis,
- **receptivitatea**, respectiv dorinţa prestatorului de a veni în ajutorul consumatorului şi de a-I furniza cu promptitudine serviciul,
- **siguranţa,** respectiv capacitatea prestatorului de a inspira încredere consumatorilor prin competenţa şi amabilitatea cu care sunt livrate serviciile,
- **individualizarea** (personalizarea), respectiv preocupările şi eforturile de a trata cu atenţia şi solicitudinea cuvenită fiecare cumpărător în parte,

- **elementele tangibile**, respectiv prezenţa facilităţilor materiale, a echipamentului, a personalului şi a materialelor publicitare adecvate serviciului.

Elementele-cheie ale unei calităţi reuşite sunt: produsul, preţul, distribuţia şi promovarea.

Cinci criterii pot să facă sau să piardă produsul puncte de apreciere a calităţii:

- **produs-**aveţi sau puteţi oferi ceea ce doreşte clientul?,
- **cunoştinţe**-aveţi un personal care cunoaşte produsul, modul său de funcţionare şi limitele performanţelor sale? Afacerile se vor face numai cu oameni bine informaţi, care pot recomanda numai produse potrivite nevoilor clientului sau cu un preţ mai avantajos,
- **promtitudine**-clienţii să nu fie nici presaţi dar nici să fie ignoraţi. Clienţii trebuie să fie trataţi ca persoane importante, al căror timp este valoros, fără să fie totuşi presaţi să cumpere un produs de care au nevoie sau pe care nu-l doresc,
- **seriozitate şi consecvenţă**-respectarea orelor de program anunţate, respectarea angajamentelor sau serviciilor promise,
- asigurarea şi a unor elemente **tangibile**-serviciile să se facă într-o ambianţă plăcută, care să reflecte atitudinea pozitivă a conducerii şi a angajaţilor.

8.5. Calitatea şi managementul calităţii în servicii.

Calitatea poate fi afectată de diferite categorii de personal, de echipamente, sistemul de producţie, client etc. Chiar dacă se asigură o optimizare din punct de vedere tehnic a procesului, care să permită atingerea calităţii ridicate, din cauza participării preponderente a clientului, a personalului de contact, calitatea serviciilor este supusă riscului defectelor, intervenind o serie de factori care se întâlnesc în sistemele mecanizate şi automatizate din unităţile industriale.

Calitatea serviciilor este legată de toate etapele prestaţiei, începând cu comanda iniţială, până la vânzare şi perioada următoare acesteia.

Ţinând cont de intangibilitatea serviciilor, aceste caracteristici pot fi numite „*prestaţie calitativă permanentă*” şi ele constituie un element central pentru conducerea în servicii şi deci un factor cheie în strategia managerială.

Calitatea în servicii este definită în conformitate cu exigenţele clientului, crearea de avantaje sau plusul calitativ şi de utilitate al procesului faţă de calitatea elementelor folosite.

Calitatea în domeniul serviciilor are două componente:
- calitatea procesului servirii,
- nivelul de calitate al efectului servirii, serviciul real oferit.

Calitatea obiectivă este aceea care este dată de componentele şi trăsăturile fizice ale ofertei, ea se referă la suportul fizic, la personalul în contact, la ambianţă şi dotări, există în servicii pentru elementele servucţiei, pentru proces şi nu pentru serviciul în sine, ca rezultat al acestuia.

Pntru atingerea unei calităţi excepţionale:
- oferta trebuie să corespundă nevoilor segmentului de clientelă vizat,
- servirea să fie excelentă, serviciul central şi serviciile periferice să formeze un ansamblu coerent şi permanent.

Calitatea serviciilor este relativă, relativă la loc, timp, context, prestator, prestaţia propriu-zisă şi natura şi componenţa serviciului. În domeniul serviciilor, calitatea este corelată cu personalitatea, relaţia directă cu clientul, legată de personalizarea serviciilor.

Pentru atingerea calităţii sunt importante, pe lângă procesul propriu-zis, comportamentul în relaţia cu beneficiarul, judecata şi aprecierea profesională, toate aceste aspecte constituind „**triunghiul calităţii**”.

Calitatea este o problemă de echilibru, însă mai complexă, pe mai multe planuri, inclusiv în sensul că, deşi ea necesită unele costuri, non-calitatea poate costa mai mult. Legăturile dintre calitatea percepută şi calitatea reală este pusă în evidenţă prin percepţia din partea prestatorului direct.

Cele mai importante caracteristici ale calităţii, considerate de clientelă sunt:
- preţul,
- rapiditatea servirii,
- comoditatea personală,
- atitudinea prestatorului.

Managerii care urmăresc elementele calităţii pot da calitatea, dar dacă cunosc criteriile clienţilor, vor concepe serviciile în aşa fel încât să

poată formula promisiuni care să corespundă acestora cu şanse mari de a fi îndeplinite.

Un aspect important ce trebuie rezolvat în cazul industrializării serviciilor (atunci când aceasta riscă să afecteze calitatea percepută a servicii) este normalizarea serviciilor, definirea cât mai exactă a operaţiunilor şi efectelor urmărite, încercările de standardizare, de reducere a variaţiilor (diferenţelor).

Un caracter puţin diferenţiat ar prezenta o serie de avantaje pentru oferta (creşterea productivităţii, reducerea costurilor fixe unitare, creşterea volumului de prestaţii, creşterea posibilităţii, creşterea posibilităţilor de planificare şi de executare a controlului conducerii, oportunitatea reducerii preţurilor şi prin aceasta, şansa măriri desfacerilor).

Dar, asemenea preocupări pot reprezenta, pierderea din vedere a unor aspecte de adecvare, personalizare sau cel puţin de relaţie interumană specifică, cu efect negativ în percepţia de calitate a unor clienţi. Ca urmare, segmentul de clientelă trebuie redefinit în urma industrializării unor servicii (de regulă serviciile cele mai industrializate sunt serviciile de masă adresate clientului mediu al societăţilor industrializate moderne, cu ritmuri de activitate intense).

În cazul serviciilor care însă necesită o particularizare, o personalizare a prestaţiei, se cere un mare efort în acest sens, cel mai adesea fiind necesar un personal de contact de înaltă competenţă care să poată asigura satisfacerea cerinţelor clientelei cu ajutorul tehnologiei, identificând problemele specifice şi implicând în mod adecvat tehnica înaltă corespunzătoare.

Conceperea serviciilor şi politicile aferente trebuie să cuprindă următoarele:

- evaluarea pieţei, care include clientela şi nişa de ales în cadrul concurenţei,
- grija pentru respectarea nevoilor şi cerinţellor fiecărui segment de clientelă ales, deci pentru o structură a ofertei şi o calitate adecvate, inclusiv preocuparea pentru aspectele de standardizare-personalizare, cât mai adecvat acestei clientele,
- legat de aceasta, preocuparea pentru un preţ corespunzător care să convină clientelei, dar, concomitent, pentru asigurarea eficienţei activităţii, pentru încadrarea în nişte costuri recuperabile prin tarifele respective,
- selectarea şi formarea angajaţilor,
- repartizarea cu foarte mare grijă a serviciilor,

- amenajarea şi echipamentul,
- conceperea pe bază de idei înnoitoare şi crearea condiţiilor pentru realizarea lor, astfel încât ele să se regăsească în practică (pentru o realizare la nivelul respectivelor idei),
- asigurarea condiţiilor pentru o conducere adecvată (flexibilă, elastică, după caz) a afacerilor, care să permită totodată şi realizarea corecturilor de îndată ce se sesizează nevoia de corectare.

CAPITOLUL 9

9. STRATEGIA DE ÎMBUNĂTĂŢIRE A SERVICIILOR-SERVICII DE CALITATE

Clienţii sunt substanţa vitală a oricărei organizaţii. Există însă organizaţii care par pe deplin capabile să-şi adapteze performanţele la exigenţele clienţilor-sub aspectul calităţii, eficienţei sau serviciilor personale acordate.

Managerii trebuie să înţeleagă că îmbunătăţirea calităţii nu este o chestiune de preferinţă. Însăşi sănătatea şi supravieţuirea organizaţiei depind de aceasta.

Clienţii reacţionează altfel la ceea ce pare acelaşi serviciu. În circumstanţe diferite, un singur client poate reacţiona diferit la acelaşi serviciu. Reputaţia serviciilor depinde de felul în care se fac afacerile. Reuşeşte oferta firmei dumneavoastră să asigure clientului o experienţă plăcută, satisfăcătoare? Nu cumva ar prefera să nu o mai repete? Le oferiţi oamenilor ceva special, necerut de clienţi în mod explicit? Nu cumva obţinerea unui serviciu bun de la firma dumneavoastră le pare clienţilor cucerirea unei redute?.

9.1. Strategia de îmbunătăţire a serviciului.

Filizofia „*Clientul nostru pe primul plan*” este admirabilă, dar nu poate depăşi statutul unei filozofii decât dacă firma îşi formulează o strategie corespunzătoare pentru a o pune în aplicare. O asemenea strategie trebuie să aibă două obiective principale: crearea unor elemente de diferenţiere detectabile şi măsurabile de către clienţi şi influenţarea veritabilă în care se acţionează în interiorul companiei.

Strategia de îmbunătăţire a serviciului trebuie să constituie o componenţă esenţială a strategiei economice a firmei, care să acopere şi obiectivele privind profitul, pieţele, tehnologia etc. Ea trebuie să ocupe un loc central, pentru că defineşte cultura internă a compnaniei şi imaginea externă pe care şi-o doreşte. Strategia servicii clienţilor trebuie formulată în scris şi popularizată amplu în cadrul companiei, încât să nu rămână nici o îndoială asupra obiectivelor pentru care a fost conceput. În plus, strategia trebuie însoţită de structura organizaţională receptivă la problemele clienţilor şi trebuie să cuprindă:

- **Definirea cerinţelor şi exigenţelor clienţilor**-nici o companie nu poate supravieţui dacă ignoră sau dacă neglijează cerinţele clienţilor.
- **Descrierea activităţii concurenţilor**-dacă nu ştiţi ce fac principalii dumneavoastră concurenţi, nu puteţi obţine un avantaj competitiv pe baza sporirii calităţii şi noutăţii serviciilor oferite. Dacă un cumpărător preferă produsele şi serviciile concurenţilor, este nevoie să aflaţi ce motive au,
- **Definirea viziunii asupra viitorului**-ascultarea opiniilor clienţilor şi urmărirea acţiunilor concurenţei sunt, evident, importante, dar s-ar putea să nu fie suficiente pentru a asigura satisfacţia acestora pe termen lung sau diferenţierea produselor. Pentru a-şi depăşi concurenţii, o companie trebuie să aibă lideri vizionari, care să încurajeze experimenţele şi schimbările şi care să le îngăduie angajaţilor să-şi creeze o perspectivă asupra viitorului. Nu este vorba de proiecţii asupra viitorului, făcute pe baza situaţiei existente, ci de o imagine a stării în care doreşte să ajungă organizaţia şi asupra căilor prin care doreşte să ajungă acolo.

În conceperea unei strategii a deservirii, acest considerent este decisiv, întrucât trebuie garantată buna servire a clientului atât din punct de vedere material, cât şi personal**.**

Serviciul material.

Serviciul material cuprinde produsul, mediu în care se desfăşoară servirea şi sistemul de livrare prin care ajunge produsul la clienţi.

1. produsul trebuie să fie fiabil, să fie demn de încrederea cumpărătorului şi să realizeze ceea ce spune specificaţia sa-adică să fie adecvat scopului căruia i-a fost destinat,
2. mediul trebuie să fie o imagine a calităţii organizaţiei-un spaţiu de servire ponosit generează dubii cu privire la celelalte aspecte ale companiei, la standardele şi performanţele ei. Spaţiile de servire bine organizate şi cu o bună prezentare creează o primă impresie favorabilă,
3. sistemele de livrare trebuie să funcţioneze corespunzător. Printre acestea se numără distribuţia, programarea, contabilitatea şi înregistrarea pe calculator a documentelor, organizarea muncii şi aşa mai departe. Oricât de bun ar fi un produs, el nu poate avea succes dacă ajunge la client deteriorat sau cu întârziere, dacă nu

corespunde specificaţiei sau dacă apar discrepanţe în documentele de însoţire.

Serviciul personal.

Serviciul personal se referă la stilul serviciului şi relaţia dintre client şi personalul organizaţiei. Calitatea relaţiilor pe care le poate avea clientul cu o companie depinde, de obicei, de personalul acesteia. Cunoştinţele şi aptitudinile acestor oameni sunt esenţiale pentru capacitatea companiei de a satisface aşteptările exprimate în strategia de servire a clienţilor. Personalul aflat în contact direct cu clienţii exercită cel mai puternic impact asupra reputaţiei companiei. Totuşi nici cei aflaţi în „culise” nu trebuie ignoraţi, întrucât activitatea acestora este destinată celor care au de-a face direct cu clienţii, participând la realizarea ori livrarea produselor.

- Atitudinea personalului faţă de clienţi poate susţine sau submina în mod decisiv strategia de servire a unei companii. Dacă angajaţii nu adoptă o orientare clară faţă de client, serviciul oferit de ei nu poate corespunde imaginii pe care şi-o doreşte organizaţia,
- Sistemele de resurse umane trebuie concepute astfel încât să vină în sprijinul strategiei de servire. Criteriile de selecţie la angajare trebuie să reflecte orientarea către client. Instruirea în acest sens trebuie aplicată încă din faza de acomodare a noului angajat, iar instruirea „tehnică” trebuie să consolideze şi nu să vină în contradicţie cu obiectivele privind performanţele în serviciile oferite. Sesiunile de evaluare a performanţei trebuie să contribuie tocmai la fixarea acestor obiective de performanţe în servicii. Organizarea şi conducerea oamenilor trebuie, aşadar, să fie compatibile cu asigurarea unor bune servicii către client.

Verificarea calităţii serviciilor.

Desigur că orice organizaţie decisă să adopte o mai bună orientare către client trebuie să-şi examineze performanţele în fiecare dintre domeniile de mai sus. Auditul „stării de sănătate” a organizaţiei trebuie să devină o componentă firească a procesului de creştere continuă a calităţii.

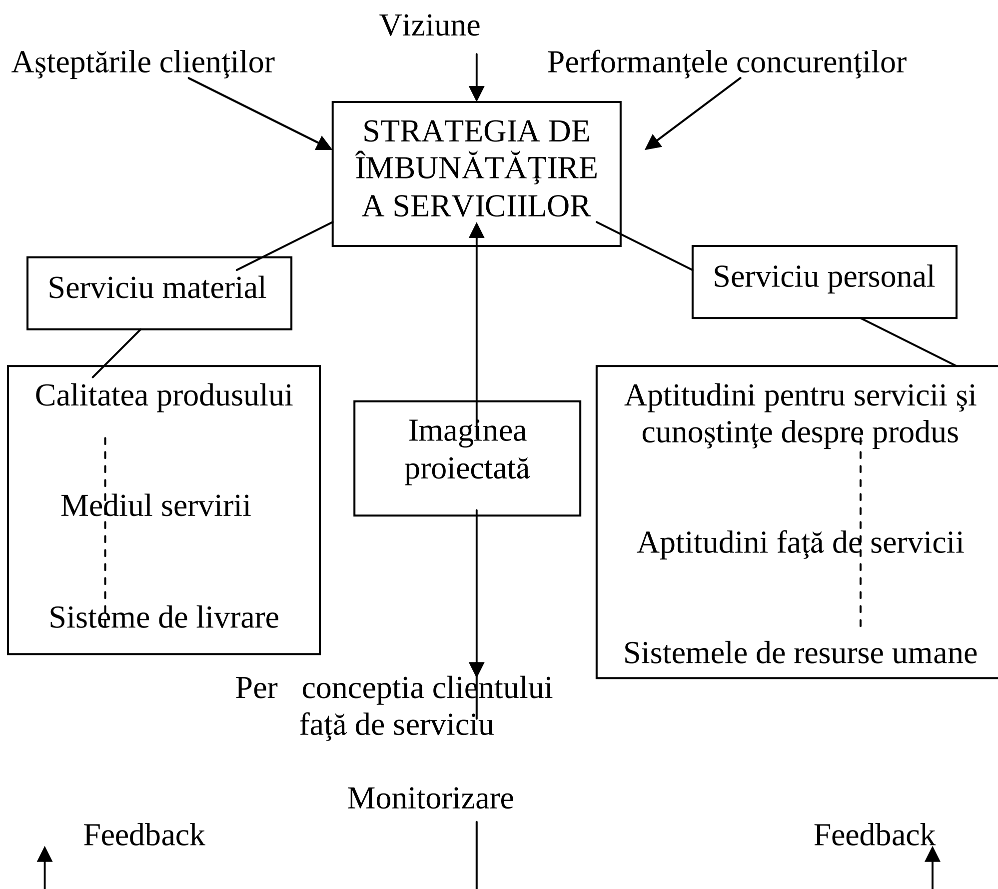
Ar trebui aplicate următoarele criterii intr-o companie:

- vă cunoaşteţi clienţii şi vă sunt cinoscute cerinţele acestora?
- aţi comunicat personalului aceste cerinţe?
- aţi stabilit şi comunicat standardele clare pentru serviciile acordate?

- aveţi o idee clară cu privire la felul în care serviciul vă poate conferi un atu competitiv?
- aţi definit aptitudinile şi cunoştinţele necesare personalului pentru a oferi clienţilor servicii de calitate?
- au fost identificate aptitudinile de administrare a activităţii de servicii? S-au stabilit programele care să asigure managerilor dobândirea acestor aptitudini?
- ştiţi cât de mult vă costă slaba calitate şi care sunt principalele cauze ale acesteia?
- aveţi un sistem de abordare a sesizărilor şi reclamaţiilor clienţilor?
- are firma dumneavoastră o misiune organizaţională clară?
- aţi comunicat personalului misiunea firmei? Le-a fost ea explicată în contextul muncii lor?
- există sisteme care să asigure calitatea produselor sau serviciilor pe care le oferi?
- procedurile de selecţie din compania dumneavoastră reflectă angajarea acesteia spre calitate?

Model de strategie a îmbunătăţirii serviciului.

Elementele strategiei de îmbunătăţire a serviciului, definite mai sus, pot fi reprezentate sub forma unui model, pentru a înlesni auditul „stării de sănătate” a organizaţiei şi pentru a concepe programe de îmbunătăţire a calităţii serviciilor.



Planificarea şi aplicarea unui program de îmbunătăţire a serviciilor.

Următorul pas este realizarea unui cadru coerent de activităţi care să permită implementarea strategiei de îmbunătăţire reală a serviciilor.

Pentru a obţine o conştientizare a nevoii de schimbare, o angajare faţă de procesul de schimbare şi un mediu în care să se producă schimbarea, trebuie conceput un cadru coerent de activităţi. O asemenea misiune este foarte complexă şi pe termen lung. Implicarea şi angajarea oamenilor la toate nivelurile, începând cu conducerea, sunt esenţiale. Pentru aceasta trebuie concepute şi derulate programe speciale. Măsura în care se obţine implicarea se monitorizează prin analize regulate şi prin revizuirea planurilor de îmbunătăţire a calităţii şi a realizărilor.

Principalul susţinător al programului trebuie să fie persoana care răspunde direct de el, dar este nevoie şi de conducerea firmei să

contribuie la imaginea generală a acestuia, să participe la coordonarea şi implementarea activităţilor.

În desfăşurarea activităţilor este importantă coerenţa: oamenii trebuie să poată înţelege cum se îmbină activităţile şi cum vor conduce ele la realizarea misiunii propus. Recursul la marcă-un instrument de marketing extern-comunică implicarea unei mari game de acţiuni în procesul de îmbunătăţire a calităţii.

Pentru a pune în practică strategia de îmbunătăţire a serviciului-prin informare, implicare emoţională şi participare activă la îmbunătăţirea continuă a performanţei în domeniul serviciilor acordate clienţilor-trebui să se conceapă diferite activităţi concrete. Îmbunătăţirea performanţelor impune definirea şi comunicarea standardelor de servicii şi stabilirea unor obiective. Pentru a se respecta aceste standarde, personalul instruit în domeniul soluţionării problemelor şi în diferite tehnici de inovare.

Proiectele de îmbunătăţire a calităţii trebuie să depăşească frontierele tradiţionale ale organizaţiei.

După cum arată modelul strategiei de îmbunătăţire a serviciului, majoritatea problemelor de calitate se produc în zonele de livrare şi ale sistemelor de resurse umane-iar acestea au rareori un singur responsabil clar definit.

Toate programele de instruire trebuie să reprezinte un prilej de a aplica principiul „clientul nostru pe primul plan” şi de a insista pe nevoia unei îmbunătăţiri continue”.

Să abordă acum rolul managerului în implementarea strategiei de îmbunătăţire a serviciului şi a performanţelor.

Deming şi Juran au afirmat că cel puţin 80% din problemele de respectare a calităţii sunt cauzate de slăbiciunile sistemelor organizaţionale şi de birocraţie şi că pot fi remediate doar prin acţiuni iniţiate de conducere. Foarte puţine dintre problemele întâmpinate în acest domeniu pot fi atribuite personalului, de obicei, de vină sunt sistemele şi procesele în cadrul cărora lucrează acesta.

Managementul unei organizaţii orientate spre calitate presupune introducerea unei schimbări în bine şi nu menţinerea unui status quo. Ariile considerate esenţiale pentru rezultatele managerilor trebuie să reflecte acest lucru-ca şi prestaţia conducerii. Aspectul adoptării unui stil corespunzător orientării spre calitate trebuie luat în considerare pe scară largă. Angajarea managerilor în servirea superioară a clienţilor trebuie să fie explicită, ei trebuie să fie văzuţi discutând cu clienţii, trebuie văzuţi

acţionând aşa cum afirmă că trebuie să acţioneze. Astfel, ei trebuie să elimine problemele de nerespectare a calităţii şi să-i stimuleze şi pe subordonaţii lor să facă la fel.

Managerii trebuie să utilizeze datele obţinute pe plan local cu privire la cerinţele clienţilor şi la atitudinea angajaţilor. Ei trebuie să alcătuiască şi să comunice planuri raţionale de îmbunătăţire şi să le aplice în vederea promovării unor sisteme individuale de analiză, dar adoptând o manieră nonrestrictivă şi participativă. Ei trebuie să-şi instruiască subordonaţii în problema managementului schimbării şi al orientării către satisfacerea clienţilor. Ei trebuie să conceapă proiecte de îmbunătăţire care să depăşească barierele tradiţionale dintre departamente, combătând atmosfera de sectarism.

Scopul tuturor acestor acţiuni este crearea unui avantaj competitiv care să permită organizaţiei să prospere şi să crească. Imaginea organizaţiei face parte din modelul strategiei de îmbunătăţire a serviciului. Felul în care se auto-promovează o organizaţie-deliberat sau întâmplător-le creează clienţilor efectiv sau potenţial anumite aşteptări, în raport cu care îi vor judeca performanţele. Clienţii sunt dispuşi să plătească în plus pentru menţinerea nivelului superior de calitate.

Cel mai sever test al unei strategii de îmbunătăţire a serviciului este reacţia la reclamaţiile clienţilor, pentru care organizaţia are nevoie de sisteme şi proceduri clar definite.

În esenţă, activităţile descrise mai sus sunt concepute să ducă la:

- atenţia sporită faţă de serviciul acordat clienţilor şi faţă de principiile asigurării calităţii,
- angajarea faţă de implementarea acestor principii în întreaga organizaţie,
- analiza regulată a realizărilor pentru a se constata progresele înregistrate.

9.2. Importanţa implicării managerilor organizaţiei.

Pentru ca îmbunătăţirea serviciilor să devină o parte firească în procesul managerial al firmei şi pentru ca efectele implementării unui asemenea program să fie extinse, trebuie să se reuşească atragerea implicării şi angajării managerilor prin:

- implicarea lor în procesul de cecetare,
- organizarea unor seminare cu privire la situaţiile constatate,

- testarea şi discutarea acţiunilor propuse împreună cu managerii organizaţiei,
- stimularea iniţiativelor locale privind adoptarea conceptului „clientul nostru pe primul plan”,
- organizarea de conferinţe pentru difuzarea cunoştinţelor şi realizărilor obţinute, în vederea pregătirii paşilor următori.

Managementul unei activităţi de servicii.

În orice activitate, managerilor le revine responsabilitatea de a indica direcţia şi de a crea un mediu favorabil succesului. Personalul aşteaptă de la manageri să creeze un stil, să indice aspectele decisive şi să decidă ritmul de muncă. Aproape toate schimbările necesare într-un asemenea proces trebuie iniţiate de conducere-revoluţiile se produc arareori de jos în sus.

Viziunea.

Orice manager trebuie să înţeleagă viziunea adoptată în firma sa, misiunea şi obiectivele acesteia, fiind totodată capabil să le explice într-un mod pe care subordonaţii săi să-l poată înţelege.

Managerul trebuie să găsească modalitatea de a defini, în cadrul echipei, misiunea specifică a acesteia, complementară faţă de a celorlalte departamente. El trebuie să fie capabil să fixeze obiectivele concrete ale departamentului şi să-şi motiveze oamenii să le realizeze.

Rezultatele cheie.

Cunoaşterea viziunii organizaţiei îngăduie clarificarea ariilor de rezultate cheie şi a obiectivelor ce trebuie realizate, organizaţia trebuie să definească între cinci şi şapte arii de rezultate cheie pentru managerii săi, dintre care cel puţin două trebuie să se refere la îmbunătăţirea calităţii şi a serviciilor acordate clienţilor. Rezultatele cheie trebuie să aibă de-a face cu schimbarea-îmbunătăţirea, inovaţia, implementarea-şi nu cu menţiunea unui startus quo.

Unele tipuri de activităţi sunt mai dificile de evaluat în acest fel, dar cum altfel s-ar putea stabili valoarea lor reală pentru organizaţie? Obiectivele concepute exclusiv pentru raportul anual de evaluare a performanţelor şi fără nici un folos în promovarea unor îmbunătăţiri reale sunt o pierdere de timp. Este bine ca sesiunile de evaluare a performanţelor să se succeadă la circa 90 de zile, două ore la fiecare trei luni, precum într-o discuţie cu fiecare subordonat reprezintă un timp managerial bine utilizat. O perioadă de evaluare de 90 zile îngăduie modificări ale priorităţilor, corectarea acţiunilor deviate de la cursul

corect şi realocarea. Analiza şi raportul anual capătă astfel mai mult sens, devenind totodată mai puţin traumatizante pentru cei implicaţi.

Odată implementat un sistem care să precizeze rezultatele cheie ale oricărui post managerial, performanţa ocupaţilor acestora este mult mai lesne de recompensat. Sistemul de recompensare trebuie să reflecte şi să sprijine strategia de îmbunătăţire a serviciilor şi nu să acţioneze împotriva ei, încurajând prudenţa şi mediocritatea managerilor.

Explicitatea valorilor nou-adaptate.

Un manager este urmărit cu atenţie de subordonaţii săi, în căutarea indicilor privind orientarea conducerii către client.

Iată câteva dintre mijloacele prin care poate fi demonstrată o asemenea orientare:

- Folosirea frecventă a informaţiilor despre clienţi şi despre opiniile acestora,
- Respingerea prestaţiilor de calitate slabă şi a atitudinii de tipul „merge şi aşa”,
- Realizarea de contacte regulate şi directe cu clienţii,
- Depăşirea barierelor dintre departamente, combaterea mentalităţii de protejare a teritoriului, impunerea noţiunii de client intern,
- Acordarea de laude pentru performanţele bune, mai ales când acestea accentuează în mod explicit orientarea către client,
- Realizarea unor acţiuni vizibile în departamentul din subordine şi în cele de servire a clienţilor, informarea subordonaţilor cu privire la rezultatele de succes,
- Punerea la punct în departament a unui sistem de evaluare a performanţei la intervale de 90 zile,
- Stimularea implicării personalului de îmbunătăţire a performanţelor, de soluţionare a problemelor şi de inovare, interesul faţă de munca în echipă şi pe proiecte,
- Acordarea unei importanţe prioritare, atât în agenda personală, cât şi în cea a departamentului, unor subiecte cum sunt calitatea, siguranţa şi clienţii,
- Stabilirea unor standarde personale ridicate cu privire la prezentarea personală, curtoazie şi calitatea muncii.

Managerii trebuie să se ferească de păcatul omisiunii: a nu recunoaşte că o prestaţie deosebit de bună poate duce la suspiciunea de lipsă de interes sau de angajare.

9.3. Datele despre performanţe.

Un manager care doreşte să ia în serios programul de îmbunătăţire a performanţelor trebuie să le măsoare.

„Ce se măsoară se rezolvă” este o maximă a lui **Tom Peters** care, alături de un sens clar al priorităţilor, reprezintă un instrument foarte eficace. Angajaţii şi departamentele lor trebuie să dispună de un set de standarde de muncă care să reflecte orientarea către satisfacerea necesităţilor clienţilor.

Performanţele lor trebuie apoi măsurate pe baza acestor standarde. Datele obţinute din procesul de evaluare trebuie prezentate în mod creativ şi foarte vizibil.

Câteva exemple de standarde de performanţă:

- preluarea apelului telefonic în departamentul vânzări după cel mult patru semnale sonore,
- precizie în livrările departamentului de producţie către magazie,
- întocmirea la timp a bilanţurilor de către serviciul de contabilitate,
- crearea şi testarea unor sisteme manageriale corecte de către departamentul de servicii,
- punerea la punct a unui sistem de retribuire fără erori,
- asigurarea materialelor pentru punctele de vânzare cu o săptămână înaintea lansării produsului.

Managerul trebuie să asigure departamentului consultanţă statistică şi să-şi informeze oamenii despre asistenţa la care pot apela în mod regulat. Rezultatele obţinute în acest domeniu trebuie să reprezinte un punct permanent al agendelor de şedinţă:

- analiza performanţelor în raport cu standardele de calitate a serviciilor trebuie organizate în mod regulat,
- să analizeze eventualele eşecuri şi lăudate realizările deosebite,
- datele existente trebuie aduse la cunoştinţa tuturor celor interesaţi.

Auditul departamentului (companiei, diviziei sau grupului).

Pentru a-şi demonstra angajarea faţă de programul de îmbunătăţire a serviciilor, managerul trebuie să-şi facă public auditul asupra resurselor şi personalului de care răspunde. El trebuie să-şi antreneze oamenii în identificarea tuturor sistemelor, procedurilor şi regulilor care îi dezavantajează pe clienţi şi care împiedică inovarea şi reacţia promptă la

exigenţele acestora. Cele mai grave dintre acestea trebuie eliminate, iar restul ameliorate.

Analizând în ansamblu activitatea departamentului, managerul trebui să verifice dacă ştie:

- Cine sunt clienţii acestuia,
- Ce aşteaptă aceştia de la departament,
- Cât de bine le sunt satisfăcute exigenţele,
- Ce trebuie făcut pentru o schimbare în bine,
- Care sunt factorii ce se opun schimbărilor în bine şi care sunt barierele în calea acestora.

Managerul trebuie să discute toate aceste probleme atât cu personalul din subordine, cât şi cu clienţii.

El trebuie să întocmească un plan de măsuri, înfiinţând echipe de intervenţie, numind grupuri de lucru şi responsabili de teme. Apoi el trebuie să verifice dacă acest plan corespunde aşteptărilor clienţilor interni şi externi.

Managerul trebuie să renunţe la atitudinea de tipul *„şeful le ştie pe toate*”. Uneori experienţa îndelungată în muncă îi poate fi cel mai rău duşman. El trebuie să stabilească factorii care influenţeză cel mai mult succesul în relaţiile cu clienţii. Managerul trebuie să discute regulat cu ei să să utilizeze în mod selectiv şi inteligent datele obţinute în sudiile de piaţă. El trebuie să-i asculte pe subordonaţi, pe experţii cu care lucrează, să afle unde cred ei că se procedează greşit şi ce anume trebuie remediat.

Instruirea.

Managerul are datoria de a asigura subordonaţilor programe de instruire adecvate. Ei înşişi au nevoie de instruire pentru a soluţiona în mod eficace problemele legate de asigurarea serviciilor. Unul dintre domeniile în care se poate dovedi necesar un program de instruire este managementul schimbării-înţelegerii prezente şi viitoare a organizaţiei, administrarea etapei de tranziţie etc.

Managerul trebuie să se familiarizeze cu schimbarea, acceptând-o ca pe o componentă firească a vieţii, în loc de a încerca întruna să obţină o stabilitate imposibilă.

Managerul trebuie să înţeleagă cauzele opoziţiei faţă de schimbare şi să deprindă metodele prin care pot depăşi rezistenţa arătată de cei care au interese teritoriale, de cei cu o pronunţată nevoie de structură, de cei care se feresc de riscuri, de cei incapabili de o înţelegere mai nuanţată sau de cei care văd în orice împrejurare o ameninţare şi nu o oportunitate.

O organizaţie care se pregăteşte să aplice un sistem de evaluare a performanţei pe baza ariilor rezultatelor cheie cu intenţia de a-şi susţine strategia de îmbunătăţire a serviciului, trebuie să organizeze un workshop special în care să se discute:

- Definirea ariilor de rezultate cheie,
- Fixarea ţintelor şi obiectivelor concrete,
- Problema interviului de evaluare,
- Problema furnizării de feedback,
- Problema consilierii şi îndrumării personalului,
- Problema managementului carierei.

Discuţiile din acest workshop contribuie la clarificarea ariilor rezultatelor cheie-adică aspectele de performanţă care contează cel mai mult. Se pot stabili astfel termene finale, etape, standarde, criterii de succes sau metode de măsură pentru obiectivele prpopuse în procesul de schimbare şi îmbunătăţire.

Calităţile individuale.

Organizaţiile orientate spre calitate au nevoie de manageri de calitate. Capitolul de faţă propune managerilor un set de măsuri pe care le pot adopta. Există însă şi unele calităţi la nivel personal:

- angajarea fără rezerve faţă de îmbunătăţirea calităţii şi a nivelului serviciilor acordate clienţilor,
- capacitatea de gândire strategică şi tactică,
- capacitatea de a evalua în ansamblu performanţa grupului,
- capacitatea de a demonstra prin exemplul personal o bună atitudine faţă de client,
- capacitatea de a clădi relaţii calde, prietenoase, bazate pe încredere,
- capacitatea de a recunoaşte o prestaţie bună şi ideile creative şi îngenioase,
- preocuparea vizibilă şi grija faţă de oameni.

Capcanele.

Confruntaţi cu schimbarea, oamenii pot trece printr-o serie de emoţii negative-supărare, negare, frustrare şi în cel mai bun caz, resemnare. Toate aceste stări trebuie învinse dacă se urmăreşte obţinerea unei angajări entuziaste şi fără reţineri faţă de schimbare. Rezistenţa oamenilor poate fi cauzată de faptul că schimbarea le este impusă şi nu de conţinutul acesteia.

Deşi oamenii se opun adesea schimbărilor impuse din afară, ei sunt nevoie să accepte unele, cum sunt, de pildă, noi structuri organizaţionale, noi tehnologii, noi proiecte, noi obiective de îmbunătăţire şi aşa mai departe. De aceea, managerul trebuie să le acorde timpul de care au nevoie pentru a înţelege motivele schimbărilor, înainte de a le accepta.

Una dintre erorile frecvente este inexistenţa unui cadru de activităţi suficient de coerent şi de bine conceput. Ca urmare, acţiunile respective sunt percepute ca sporadice.

O altă capcană este incapacitatea managerilor de a accepta că este nevoie să se obţină o „masă critică” de entuziaşti şi adepţi, cu influenţă în organizaţia sau în structura formală a acesteia ori în reţelele neformale din cadrul său.

Aspecte care pot submina rapid programul de îmbunătăţire, dacă nu sunt abordate la timp:

- Incapacitatea conducerii de a începe cu programele care au şanse mai mari de succes. În lipsa unor realizări clare, oamenii se demoralizează. În schimb, succesul în primele faze ale proiectului generează încredere şi duce astfel la noi succese.
- Atenuarea entuziasmului după doar câteva luni. Orice program de îmbunătăţire poate trece, în evoluţia lor, prin puncte de maximum şi minimum de entuziasm. Managerul trebuie să fie pregătit cu idei noi, să aibă în rezervă promotori noi şi să asigure oamenilor, din când în când câte o srpriză pentru „ a-i ţine în priză”. Succesele trebuie să fie vizibile, iar rezultatele obţinute trebuie să fie folosite pentru a împrospăta entuziasmul oamenilor,
- Incapacitatea managerului de a asculta opiniile clienţilor sau ale angajaţilor. Există întotdeuna pericolul unei mentalităţi de tipul „şeful le ştie pe toate”. Un manager care nu ascultă părerile celorlalţi oferă întregii organizaţii cel mai clar semnal al lipsei sale de angajare faţă de schimbare.

Avantajele potenţiale.

Crearea unui serviciu care are o valoare strategică esenţială, ascultarea opiniilor clienţilor şi capacitatea de a le răspunde într-un mod care să-i satisfacă sunt trei elemente cu avantaje de durată.

Există avantaje categorice, pe care organizaţia le poate obţine dacă reuşeşte să depăşească obstacolele şi capcanele asociate cu introducerea unei schimbări.

Beneficiile concrete care contribuie la creşterea şi prosperitatea companiei sunt următoarele:

- calitatea garantată a serviciului devine un proces vandabil în sine, preţul suplimentar fiind acceptat de clienţi,
- îmbunătăţirea calităţii sporeşte rentabilitatea activităţii, prin reducerea rebuturilor, remedierilor şi compensaţiilor,
- existenţa unui ţel şi a unei orientări comune asigură eficacitatea instruirii şi elimină compartimentarea organizaţiei, generând încredere şi entuziasm,
- dacă sunt bine instruiţi şi competenţi, managerii şi angajaţii unei organizaţii pot face mai bine faţă schimbărilor, au mai multă încredere în ei, chiar şi în condiţiile deteriorării pieţelor, schimbarea devine un element binevenit şi căutat, dispar apelurile disperate la stabilitate,
- sistemele şi procesele manageriale sunt perfecţionate în mod constant, climatul de îmbunătăţire continuă, asigură o analiză regulată eficacităţii acestuia, precum şi modificarea ori înlocuirea lor,
- clienţii vor considera că firma:

1. este receptivă la cerinţele lor şi capabilă să le asculte opiniile,
2. adaugă valoare prin produsele şi serviciile noi,
3. împărtăşeşte informaţiile pe care le are în cadrul soluţionării în comun a problemelor ce apar, adoptând, în general, o abordare cooperanţă,
4. recunoaşte importanţa acreditării unei terţe părţi în crearea sentimentului de încredere al clienţilor,
5. înţelege în ce constau activităţile clienţilor şi factorii critici pentru succesul acestora,
6. acordă atenţie felului în care este tratat fiecare client,

- concurenţii consideră că firma în cauză este redutabilă,
- acţionarii consideră că firma în cauză este o investiţie sigură şi rentabilă,
- comunitatea din care face parte firma în cauză o consideră un partener atent şi preocupat de mediul social şi economic,
- angajaţii potenţiali consideră că ar fi mândri să muncească în firma respectivă,
- energia şi potenţialul angajaţilor de la toate nivelurile contribuie la crearea unei organizaţii mai puternice, mai dinamice şi mai responsabile,
- programele de parteneriat garantează faptul că sunt păstraţi doar cei mai buni furnizori şi se reduce efortul de generare a

unor afaceri noi, întrucât creşterea rezultă din loialitatea clienţilor şi dezvoltarea mutuală.

Mentalitatea „*clientului nostru pe primul plan*” asigură organizaţiei orientarea către satisfacerea exigenţelor clienţilor. Aceasta devine conştientă de importanţa calităţii şi a siguranţei, se preocupă de evoluţia angajaţilor săi şi îşi asigură astfel succesul.

CAPITOLUL 10

10. STRATEGIA INTEGRĂRII ROMÂNIEI ÎN CIRCUITUL ECONOMIC MONDIAL AL SERVICIILOR

România are o poziţie periferică în schimburile internaţionale cu servicii, poziţie ce reprezintă o consecinţă directă a neâncrederii sale în tendinţele manifestate în special în ultimul deceniu pe plan internaţional vizând aşa numita „terţiarizare" a economiilor naţionale şi internaţionalizarea serviciilor, reflectate într-o creştere dinamică a conţinutului în servicii a producţiei contemporane şi a comerţului internaţional cu servicii.

Strategia integrării României în circuitul economic mondial al serviciilor în special şi aceea a dezvoltării economice a ţării noastre în perspectiva următoarelor decenii presupune dezvoltarea a trei idei principale:

1. importanţa comerţului internaţional cu servicii şi a serviciilor în general, nu mai poate fi omisă din nici o abordare a integrării României în economia mondială contemporană, decât cu riscul perpetuării unei poziţii marginale a României în cadrul diviziunii internaţionale a muncii,
2. eforturile de integrare în structurile economice moderne europene şi mondiale trebuie să vizeze participarea concretă a României în sfera schimburilor cu bunuri materiale precum şi în cea a schimburilor cu servicii. Reducerea acestor eforturi la promovarea cometului cu bunuri materiale ar însemna ignorarea interdependenţelor crescânde dintre servicii şi celelalte sectoare ale economiei naţionale, cu consecinţe neplăcute asupra competitivităţii ţării noastre în comerţul internaţional,
3. participarea sporită la schimburile internaţionale cu servicii a ţării noastre nu poate fi abordată unilateral, doar ca pe o preocupare concentrată exclusiv asupra promovării exportului de servicii, ca mijloc de majorare a încasărilor valutare. Dimpotrivă, în centru atenţiei factorilor decizionali trebuie adusă nevoia de a dezvolta sectorul naţional de servicii şi de a considera politicile comerciale vizând acest sector nu numai ca

un mijloc de obţinere de venituri. Importanţa crescândă a comerţului cu servicii ca factor de atragere a investiţiilor directe externe şi ca agent al transferului de *savoi-faire* şi de tehnologii moderne, trebuie să atenţioneze asupra rolului deosebit al importurilor de servicii din ţările dezvoltate. Aceste importuri sunt indispensabile pentru ajustarea economiei româneşti la evoluţiile în planul progresului tehnologic şi al cererii de pe pieţele internaţionale şi pentru dezvoltarea în perspectivă a capacităţii naţionale generatoare de exporturi de servicii.

Măsura în care economia românească va fi capabilă în următorii 10-20 ani să facă faţă cerinţelor ridicate în calea integrării sale în structurile economiei mondiale contemporane de către fenomenul creşterii importanţei serviciilor în viaţa economică internaţională, este dependentă de:

1. **oportunităţile** de care dispune România pentru consolidarea capacităţii sectorului propriu de servicii de a genera fluxuri de servicii în vederea participării crescânde şi eficiente la diviziunea internaţională a muncii în acest domeniu,
2. **măsura** în care, la nivelul factorilor de decizie va fi conştientizat rolul strategic al serviciilor în procesul construirii unor structuri economice moderne şi de modalitatea în care această conştientizare se va concretiza într-o politică coerentă de dezvoltare a sectorului naţional de servicii, în aşa fel încât acesta să servească drept suport pentru dezvoltarea unei industrii şi agriculturi moderne în scopul consolidării în acest fel a competitivităţii produselor şi serviciilor româneşti pe pieţele externe.

1. În ceea ce priveşte prima coordonată, se poate afirma că România dispune de şanse reale şi potenţiale pentru o participare sporită la circuitul economic mondial al serviciilor.

A. Cercetările efectuate recent pe plan mondial confirmă faptul că, în cazul serviciilor, avantajele comparative derivă din factori care reprezintă rezultatul nivelului şi modelului de dezvoltare anterioare, iar înzestrarea relativă cu aceşti factori este funcţie de volumul de resurse investite în cercetare-dezvoltare şi educaţie şi de dezvoltarea industrială şi tehnologică. Acestea includ:

- înzestrarea cu savoir-faire şi aptitudini,

- volumul infrastructurii fizice existente,
- capitalul de informaţii,
- importanţa furnizorilor şi dimensiunea pieţei,
- economiile realizate prin specializare.

De altfel, acestea sunt motivele pentru care se consideră că, în general, ţările dezvoltate sunt mult mai competitive decât ţările în curs de dezvoltare, la ţările dezvoltate la majoritatea segmentelor de servicii-opinie valabilă şi pentru România care, sub aspectul nivelului de dezvoltare a sectorul său de servicii, face parte din categoria din urmă de ţări. Experienţa acumulată pe plan internaţional în acest domeniu dovedeşte că această situaţie poate fi remediată într-un interval de timp mai mare, pe măsură ce aceste ţări sunt în stare să-şi dezvolte factorii menţionaţi mai sus şi să-şi „creeze” în acest fel avantaje comparative în domeniul serviciilor prin promovarea unor politici active în sfera serviciilor.

Afirmaţiile anterioare nu presupun faptul că România îşi propune să se specializeze şi să devină competitivă în toate activităţile prestatoare de servicii. Având în vedere cercetări pe plan mondial în domeniu, în timp ce o naţiune se poate specializa în acele ramuri şi subramuri ale producţiei de bunuri materiale sau servicii în care firmele sale sunt relativ mai productive şi să importe acele produse şi servicii în care firmele sale sunt mai puţin productive decât concurenţii străini, astfel sporind nivelul productivităţii medii în economia naţională, căci o naţiune nu poate fi competitivă în toate domeniile.

Într-un viitor apropiat, se poate aprecia că înzestrarea relativă cu factori de care dispun România în prezent: resursele culturale şi fizice, localizarea strategică din punct de vedere geografic şi geopolitic, abundenţa relativă de forţă de muncă calificată, constituie o bază potenţială pentru dezvoltarea unor categorii şi subcategorii de servicii competitive pe plan internaţional. Aliniindu-ne părerii unui analist american al problematicii comerţului cu servicii, se poate aprecia că, în prezent, potenţialul de export al României-ca de altfel şi al celorlalte ţări din Europa Centrală şi de Est-în sfera serviciilor se localizează în două categorii importante de servicii:

1. servicii destinate consumatorilor (finali), respectiv: turism, servicii de ocrotire a sănătăţii, servicii legate de educaţie şi pregătire profesională, servicii legate de petrecerea timpului liber, inclusiv servicii turistice, servicii de înregistrării video/audio şi servicii oferite pensionarilor,

2. servicii de afaceri (business services): programe software, prelucrarea documentelor administrative, de design industrial, servicii legate de cercetare în domeniul industrial şi servicii de inginerie.

Una din premisele de bază ale demersului integrării României în structurile economice mondiale contemporane o constituie schimbarea radicală a mentalităţii şi comportamentului (atât la nivelul factorilor politici cât şi a agenţilor economici din ţară), în conformitate cu cerinţele economiei moderne de piaţă şi cu funcţiile-cheie care revin serviciilor în contextul unei asemenea economii. Acesta presupune:

a. abandonarea definitivă a concepţiilor materialiste, care au prevalat în abordarea serviciilor în practica şi teoria economică românească şi conform cărora serviciile ar fi activităţi necreatoare de valoare, constituind un sector rezidual al economiei naţionale, în acest context România trebuie să înceteze a considera serviciile ca invizibile şi să le plaseze în centrul preocupărilor prioritare ale strategiei şi politicii sale în domeniul dezvoltării. Această cerinţă este cu atât mai stringentă cu cât efectele ignorării rolului serviciilor în procesul dezvoltării economiei naţionale şi ale neglijenţei acestei dimensiuni în planul politicii economice promovată în decursul a peste patru decenii sunt cât se poate de evidente în prezent, ele traducându-se prin concluzia: rămânere în urmă economică, cu toate consecinţele binecunoscute,
b. adoptarea unei noi viziuni, moderne asupra serviciilor în cadrul economiei ţării noastre, bazată pe înţelegerea faptului că o largă modificare structurală în favoarea sectorului de servicii ar putea deveni o importantă forţă motrice a dezvoltării economice viitoare a României deoarece:

- serviciile sunt de o importanţă crucială pentru orice program de creştere a eficienţei industriei şi a întregii economii naţionale întrucât ele înlesnesc manifestarea inovaţiei, a noilor tehnologii, a informaţiilor în industrie şi în economie,
- expansiunea sectorului de servicii este inseparabilă de orice strategie, aceasta vizând restructurarea şi modernizarea economiei în condiţiile actuale climat concurenţial internaţional tot mai acerb.

Prin urmare, în circumstanţele existente, şansele sporite de export pe care le-a deschis GATS prin liberalizarea progresivă a comerţului cu servicii sunt strâns legate de abilitatea furnizorilor naţionali de servicii de a-şi consolida, tot în mod „progresiv” capacitatea competitivă. Experienţa internaţională demonstrează că, printre factorii majori care conduc la dezvoltarea competitivităţii, sunt:

- capacitatea financiară (respectiv mobilizarea fondurilor destinate investiţiilor şi dezvoltării),
- abilitatea de a utiliza efectiv tehnologii de informaţie şi telecomunicaţii,
- acumularea de cunoştinţe, expertiză şi reputaţie (adică managementul resurselor umane),
- abilitatea de a opera prin „reţele”,
- relaţiile de lungă durată, stabilite între furnizori şi beneficiari,
- prezenţa pe pieţele majore,
- abilitatea de a oferi „pachete de servicii”,
- dimensiunea pieţei interne,
- stimulente guvernamentale adecvate.

O politică de creştere a puterii competitive a firmelor româneşti de servicii, este chemată să asigure un climat favorabil la nivel macroeconomic pentru dezvoltarea activităţilor de servicii. Se consideră că punctul de plecare pentru elaborarea unei asemenea politici ar trebui să îl constituie o „radiografie” realistă a sectorului de servicii româneşti precum şi o evaluare a perspectivelor de dezvoltare a competitivităţii în segmentele particulare de servicii, în funcţie de avantajele de care dispun acestea sau pe care şi le pot dezvolta în viitor.

Ori, în ceea ce priveşte acest ultim aspect, un rol deosebit de important ar trebui să revină cercetării economice româneşti, care este chemată să contribuie la fundamentarea politicii Româneşti, de integrare în structurile economice moderne, europene şi mondiale, printr-o concentrare sporită a preocupărilor teoretice şi practice în direcţia identificării avantajelor comparative pe care le deţine România în sfera serviciilor în prezent şi respectiv pe care şi le poate dezvolta în perspectivă. Şi aceasta cu atât mai mult cu cât atât evidenţele empirice cât şi recentele rezultate teoretice, efectuate pe plan mondial, vin să confirme opinia că, deşi în general ţările dezvoltate sunt mai competitive decât cele în curs de dezvoltare, în privinţa majorităţii activităţilor de servicii, totuşi

aceste din urmă ţări-inclusiv România-au posibilitatea să-şi dezvolte în perspectivă competitivitatea în anumite domenii ale serviciilor.

Politica economică a UE în servicii.

Dimensiunea sectorială a serviciilor este apreciată în ţările UE pe baza unei taxonomii proprii a activităţilor destinate pieţei externe. Astfel, distingem următoarele patru categorii de tranzacţii externe cu servicii:

Categoria A.

Consumatorul-importator şi producătorul-exportator imobil şi localizaţi în ţări diferite.

Tranzacţiile se pot realiza prin intermediul reţelelor de transmitere a informaţiilor, ca în cazul unor servicii financiare.

Categoria B.

Consumatorul-importator se deplasează spre ţara de origine a producătorului-exportator. Este cazul serviciilor turistice, educaţionale, medicale, service-ului portuar şi aeroportuar, transportului rutier şi feroviar şi al unor subramuri ale serviciilor de distribuţie.

Categoria C.

Producătorul-exportator se deplasează spre o altă ţară, pentru a presta servicii consumatorilor-importatori în ţara de reşedinţă a acestora. Este cazul serviciilor profesionale, de transport şi de construcţii.

Categoria D.

Producătorii dintr-o ţară îşi stabilesc o finală într-o ţară, cu scopul de a produce şi comercializa servicii. Aceasta este şi modalitatea dominantă de exterminare a activităţii ofertanţilor de servicii din ţările UE, deoarece asigură condiţii esenţiale a producţiei şi consumului serviciilor: interacţiunea producător-consumator. Intră în această categorie cea mai mare parte a serviciilor profesionale, serviciile financiare şi de distribuţie.

Indicatorii sectoriali.

La începutul acestui secol, economia europeană a devenit, în mare, o economie de servicii sau o economie „postindustrială”. Creşterea preocupărilor pentru protecţia mediului şi pentru ameliorarea calităţii vieţii, ponderea în creştere a persoanelor vârstnice în totalul populaţiei şi

a femeilor în populaţia activă, reducerea timpului de muncă au determinat o spectaculoasă creştere a cererii pentru serviciile de consum:

- audiovizuale,
- turistice,
- de divertisment,
- culturale, medicale.

Dezvoltarea serviciilor este legată şi de strategia dezvoltării durabile, activităţile subsumate sectorului respectiv nefiind consumatoare de resurse, fiind nepoluante şi susţinând tendinţa de protejare a potenţialului natural planetar.

Subsectorul distribuţiei comerciale (comerţul cu ridicata şi cu amănuntul) mobilizează forţa de muncă a circa 21,5 mil persoane sau aproape a cincea parte din totalul populaţiei ocupate, generând o valoare adăugată de 640 mld. euro. Proporţia de valoare brută adăugată de serviciile de distribuţie comercială diferă de la o ţară la alta, dar depăşeşte 15% numai în Portugalia (17%), Italia (15,4%), Belgia (15,1%) şi Spania (15,1%). În celelalte ţări indicatorul respectiv fluctuează între 8-15%. În aproape toate ţările (excepţie făcând Danemarca), serviciile de distribuţie au o contribuţie mai ridicată la atragerea forţei de muncă decât la crearea de valoare adăugată. Numărul cel mai mare de firme de distribuţie îl întâlnim în Italia, urmată de Spania şi Germania, iar cifra de afaceri cea mai ridicată o obţin firmele din Germania, Franţa şi Marea Britanie unde capitalul este puternic concentrat şi productivitatea este mai ridicată decât media europeană.

Subsectorul hotelier şi de restaurante (HORECA) este asociat în cele mai multe cazuri industriei turistice, deşi turismul reprezintă o piaţă distinctă şi mult mai complexă. Putem considera că HORECA se constituie în furnizor de imput-uri pentru piaţa turistică.

În Europa activiază cca 1,3 mil de firme hoteliere şi de restaurante, reprezentând 7,5% din totalul întreprinderi neagricole de pe continent. Capitalul este dispersat într-un număr mare de mici întreprinderi (media de angajaţi fiind de 3-6 persoane), astfel încât 60% din forţa de muncă angajată este cuprinsă în firme cu mai puţin de 10 angajaţi şi 80%, în firme cu mai puţin de 50 de angajaţi. În total 6 mil persoane lucrează în firmele incluse în acest subsector.

Spania este ţara în care HORECA contribuie cel mai mult la formarea produsului parţial net (7,5%), fiind urmată de Portugalia, Austria, Italia. În Franţa, Portugalia, Luxemburg şi Italia s-a înregistrat în

ultimii ani un ritm pozitiv al angajaţilor în sfera HORECA, în timp ce în Danemarca şi Austria atragerea de forţă de muncă este în declin.

Subsectorul transporturilor cuprinde întreprinzătorii a căror activitate constă în transportul mărfurilor şi persoanelor, fie prin acţiune directă (prin mijloace de transport terestre, aeriene şi navale), fie prin acţiuni indirecte sau cmplementare (prin servicii de depozit, servicii portuare şi aeroportuare).

Informaţiile statististice privind dimensiunea subsectorului se referă numai la activitatea firmelor specializate. Trebuie subliniat fapul că un număr mare de societăţi producătoare sau de distribuţie dispun de propriile lor mijloace de transport şi efectuează, pentru uzul propriu, transportul mărfurilor sau persoanelor, fără ca activitatea respectivă să fie inclusă în statistica subsectorului.

Evoluţia transporturilor a fost întotdeauna influenţată de activitatea economică generală, existând o strânsă legătură între subsectorul transporturilor şi celelalte ramuri economice.

Reglementarea serviciilor în Uniunea Europeană.

În cea mai mare parte Uniunii Europene, serviciile sunt supuse intervenţiilor guvernamentale mai mult decât alte activităţi economice. Instrumentele intervenţiei publice acoperă o arie foarte largă de probleme. Prin sistemul fiscal, cel al subvenţiilor, sistemul de norme şi reglementări, statul controlează în mod indirect volumul şi structura activităţilor terţiare, iar prin firmele de stat şi politica de încurajare a concurenţei, controlul se realizează în mod direct.

Măsurile de politică comercială şi evoluţia tranzacţiilor indivizibile ale Uniunii Europene se află sub influenţa a trei grupe de determinanţi:

- trăsăturile specifice pieţei serviciilor,
- principiile care stau la baza integrării economice,
- importanţa acordată sectorului terţiar şi rolul atribuit acestuia în fiecare dintre ţările membre.

Piaţa serviciilor, în general şi UE, este marcată de o serie de imperfecţiuni şi limite ale manifestării forţelor de piaţă. Acestea sunt:

a. **concurenţa perfectă**: unele subramuri, cum ar fi transportul feroviar, segmente ale telecomunicaţiilor, reprezintă monopoluri naturale şi /sau publice, serviciile bancare şi serviciile de transport se caracterizează prin concurenţă de tip *oligopolistic,* în timp ce celelalte

subramuri tind să funcţioneze în condiţiile unei pieţe *monopolistice*,

b. **fluxul asimetric de informaţii**, între ofertanţi şi consumatori, cu privire la calitatea serviciilor comercializate. Cererea de servicii, în lipsa unor determinări obiective ale calităţii acestora, este influenţată de reputaţia producătorilor, astfel încât concurenţa nu se manifestă pe terenul preţurilor, ci pe acela al credibilităţii şi calificării profesionale ale ofertanţilor. Licenţierea şi certificarea acestora depinde în mare măsură de autorităţile publice care pot interveni astfel pe piaţă,

c. **externalizarea firmelor din unele sectoare de servicii**, prin oricare dintre căile amintite, poate avea consecinţe negative, ca în cazul serviciilor financiare (de exemplu, prin diseminarea situaţiilor economice critice din ţările gazdă a ISD spre ţările de origine a capitalului) sau consecinţe pozitive, ca în cazul telecomunicaţiilor (de exemplu, posibilitatea de a adopta strategia de masă). Astfel, intervenţia autorităţilor guvernamentale este dirijată cu precădere spre prevenirea efectelor negative şi amplificarea celor pozitive.

Dacă, faţă de terţi, reglementările de politică comercială la tranzacţiile cu servicii ale UE sunt asociate celor patru posibilităţi de internaţionalizare, constituindu-se în patru categorii de bariere, în cazul tranzacţiilor intraeuropene, reglementările respective pot acţiona ca bariere numai dacă ele diferă de la o ţară la alta, chiar şi fără să existe în mod expres intenţia de limitare a tranzacţiilor cu servicii.

Din acest punct de vedere, distingem bariere involuntare, care decurg din structura pieţei subsectoarelor terţiare şi bariere voluntare care sunt consecinţa diferitelor reglementări privind structura şi dinamica serviciilor, în vigoare în fiecare dintre ţările membre UE.

Accesibilitatea pieţei.

Pentru a putea aprecia gradul de permeabilitate a pieţei serviciilor din UE trebuie în prealabil să circumscriem sfera de cuprindere a acesteia, respectiv să nominalizăm acele subsectoare al căror rol şi importanţă le conferă reprezentativitate pe piaţă.

Statele membre UE şi Eurostat folosesc următorul nomenclator de servicii:

- distribuţie (secţiunea G),
- hoteluri şi restaurante (secţiunea H), transport, depozitare şi comunicaţii (secţiunea I),
- intermediere financiară (secţiunea J),
- servicii imobiliare, reiting şi activităţi profesionale (secţiunea K),
- administraţie publică (secţiunea L),
- educaţie (secţiunea M),
- sănătate şi asistenţă socială (secţiunea N),
- alte servicii personale, sociale, obşteşti (secţiunea O).

Dintre categoriile amintite vom selecţiona subsectoarele care oferă posibilitatea externalizării şi reprezintă în acelaşi timp cea mai mare parte a tranzacţiilor internaţionale cu servicii.

Este cazul:

1. serviciilor bancare,
2. serviciilor de asigurări,
3. transportului rutier,
4. transportul aerian,
5. telecomunicaţiilor,
6. distribuţie,
7. construcţiilor,
8. serviciilor hoteliere,
9. serviciilor profesionale.

Instrumente de politică comercială.

Toate guvernele şărilor membre UE au adoptat în politica economică naţională un vast instrumentar de reglementări, destinat să atenueze „inperfecţiunile” pieţei serviciilor. Aceste instrumente pot fi împărţite în două categorii: cele care se referă la organizarea sectorului şi cele care influenţează comportamentul participanţilor pe piaţă. Ambele categorii de instrumente se aplică la cea mai mare parte a serviciilor, dar măsura aplicării lor diferă de la un subsector la altul.

Cele nouă subsectoare selecţionate pot fi încadrate în patru situaţii disticte:

1. grad ridicat de reglementare organizatorică şi comportamentală pentru serviciile bancare, serviciile de asigurare, transport aerian şi telecomunicaţii. În cazul transporturilor aeriene şi al telecomunicaţiilor, statul este principalul titular al ofertei, aşa

încât controlul asupra subsectorului este direct şi deplin. În contrast, în domeniul serviciilor bancare şi de asigurare, guvernele se implică în mod indirect, dar suficient de riguros, mai ales din motive de prudenţă,

2. grad scăzut de reglementare organizatorică şi comportamentală pentru serviciile profesionale, hoteliere şi de construcţii, care sunt relativ mai slab reglementate la nivel guvernamental. Normele de participare la activităţile amintite sunt mai puţin rigide, iar comportamentul participanţilor pe piaţă este mai puţin supraveghiat,
3. reglementare organizatorică parţială pentru serviciile de distribuţie, mai ales cele oferite de marile spaţii comerciale, care sunt supuse unor norme privind localizarea şi funcţionarea lor. Scopul urmărit este de a proteja reţeaua micilor comrcianţi independenţi,
4. reglementare comportamentală pronunţată, de exemplu în cazul transportului rutier, care este supus unei serii de prevederi privind conduita participanţilor la trafic. Pentru transportatorii auto de mărfuri şi persoane sunt prevăzute norme cantitative, standarde tehnice şi uneori restricţii de preţ.

Fuziunile şi achiziţiile în servicii au un pronunţat caracter naţional, fiind folosite în mai mică măsură în cadrul procesului de internaţionalizare a serviciilor. Dacă urmărim, pentru intervalul 1987-1992, acţiunile de concentrare a capitalului (exprimate prin numărul de tranzacţii şi valoarea tranzacţiilor) pentru fiecare din cele nouă subsectoare ale serviciilor, constatăm că, pentru serviciile bancare, de asigurări şi de distribuţie, rata de externalizare a achiziţiilor şi fuziunilor este mai ridicată decât media în UE, atât din punct de vedere al numărului de tranzacţii, cât şi al valorii acestora. Transportul aerian întregistrează cea mai scăzută rată a externalizării capitalului, dat fiind faptul că societăţile de transport aerian ale UE au dimensiuni şi forţă egală şi urmăreşte mai curând consolidarea poziţiei lor în cadrul pieţei naţionale şi regionale.

În interiorul UE, cele mai mari firme de servicii sunt concentrate în trei ţări: Marea Britanie, Franţa şi Germania. Prin corporaţiile formate, capitalul european şi-a croit drum spre sectorul de servicii şi din alte regiuni ale lumii. Ar fi de remarcat dinamismul deosebit al societăţilor de asigurare care prin dimensiunea lor europeană, au reuşit să se internaţionalizeze spectaculos.

Astfel, societatea germană de asigurări Allianz obţinea în 1990 din afara UE, peste 48% din volumul primelor de asigurare. Continuarea procesului de concentrare a capitalului şi tendinţa pronunţată de externalizare a acestuia va determina în viitorul apropiat o realocare a unor activităţi de servicii, atât în interiorul graniţelor UE, cât şi în exteriorul acestora modificând şi raportul de forţe concurenţiale de pe piaţă.

Procesul de liberalizare a tranzacţiilor cu servicii reprezintă, în fapt, o reformă a reglementărilor care, de la un sector la altul de servicii, presupune eliminarea oricăror reglementări şi/sau adoptarea unor măsuri de reglementare prin care să se realizeze în mod efectiv dezvoltarea industriei de servicii cu efecte benefice asupra bunăstării şi echilibrului global.

CAPITOLUL 11

11. AGENŢII ECONOMICI PRESTATORI DE SERVICII PUBLICE

11.1 Categorii de agenii economici şi serviciile pe care aceştia le prestează.

Sistemul contabilităţii naţionale prezintă într-un cadrul riguros ansamblul de informaţii referitoare la activitatea economică a unei ţări. El descrie fenomenele fundamentale ale producţiei, distribuţiei, repartiţiei şi acumulării avuţiei naţionale. Utilizarea acestui sistem are la bază metodele propuse de Organizaţia Naţiunilor Unite, pentru a armoniza contabilităţile din diferite ţări.

Persoanele fizice sau juridice care dispun, controlează sau utilizează factori de producţie şi participă la viaţa economică a unei ţări sunt cunoscute sub denumirea de **agenţi economici**.

Ansamblul (grupul) de agenţi economici care sunt omogeni din punct de vedere al funcţiei principale pe care o au în cadrul vieţii economice şi al naturii resurselor utilizate formează o categorie de agenţi economici sau un sector instituţional, cum mai este cunoscut în literatura de specialitate.

Contabilitatea naţională distinge şase categorii de agenţi economici. La acestea se adaugă sectorul exterior care este în realitate o unitate contabilă fictivă, pentru că ea integrează funcţii şi resurse eterogene. Cele şase categorii de agenţi economici (sectoare instituţionale) sunt: menajele, (gospodăriile), societăţile nonfinanciare, administraţiile publice, administraţiile private, societăţile financiare şi întreprinderile de asigurări.

1. **Menajele (gospodăriile).**

Menajul este o entitate care cuprinde una sau mai multe persoane care ocupă aceeaşi resedinţă principală.

Funcţia principală a menajelor constă în consumul final al bunurilor şi al serviciilor; menajele pot de asemenea să producă bunuri şi servicii, atunci când ele îmbracă calitatea de întreprinzători individuali.

Întreprinzătorii individuali sunt în acelaşi timp şi întreprinderi şi menaje, deoarece nu se poate face o distincţie netă între patrimoniul

întreprinzătorului şi cel al menajului său: întreprinzatorul individual angajează bunurile sale personale în întreprinderea sa.

Resursele principale ale menajelor provin din veniturile activităţilor desfăşurate (pentru salariaţii sau pentru întreprinzătorii individuali) şi din veniturile din transferuri (din operaţii de repartiţie).

2. Societăţile nonfinanciare.

Sectorul instituţional al societăţilor nonfinanciare regrupează unităţile a caror funcţie principală este producţia de bunuri şi de servicii comerciale (de piaţă).

Resursele lor principale provin în cea mai mare parte din vânzarea producţiei lor pe piaţă. În funcţie de natura relaţiilor de proprietate distingem:

a) Societăţile private care se caracterizează prin faptul că tot capitalul său aparţine unor persoane private. Din punct de vedere al statutului juridic, societăţile private pot fi: societăţi cu răspundere limitată, societăţi pe acţiuni, societăţi în comandită simplă, societăţi în comandă pe acţiuni, societăţi în nume colectiv, societăţi cooperatiste.

b) Societăţile şi regiile autonome din sectorul public.

Întreprinderile din sectorul public au statut juridic: unele (RENEL, RADEZ, POŞTA, RASUB, RATB, ROMTELECOM, SNCFR etc.) au un statut de regie autonomă, în timp ce altele (Compania Naţionala de Petrol, Tarom etc.) sunt societăţi mixte (cu capital mixt).

Capitalul regiilor autonome aparţine în totalitate statului sau unei autorităţi publice (în cazul regiilor autonome de interes local).

Capitalul societăţilor mixte este partajat între stat sau colectivităţi publice şi persoanele private.

Regiile autonome sunt organizaţii publice de dimensiune mare, care produc bunuri şi servicii comerciale (de piaţă) şi pentru care administraţia nu este singurul lor client. Regiile autonome îşi obţin resursele principale din vânzarea producţiei lor pe piaţă: aceasta este de fapt şi principala deosebire dintre regiile autonome şi administraţiile publice.

Regiile autonome au în comun poziţia lor de monopol într-un sector de bază. Societăţile mixte sunt însă unităţi care îşi desfăşoară activitatea în sectorul comercial, concurenţial, deci ele trebuie să-şi dispute piaţa cu societăţile private şi cu cele străine.

3. Administraţiile publice.

Administraţiile publice au două funcţii principale:

a) producţia de servicii noncomerciale destinate colectivităţii;

b) redistribuirea.

Resursele lor provin în principal din prelevările obligatorii (impozite şi cotizaţii sociale).

Administraţiile publice regrupează trei sub-sectoare:

a) administraţiile publice centrale: statul şi anumite organisme ataşate acestuia;

b) colectivităţile locale (comune, judeţe), precum şi diverse administraţii locale (comunităţi urbane, birouri de ajutor social, camere de comerţ şi industrie etc.);

c) organismele de securitate socială, a căror funcţie esenţială este redistribuirea: ele percep cotizaţiile sociale şi le redistribuie apoi menajelor sub forma de prestaţii sociale.

4. Administraţiile private (organizaţii neguvernamentale, nonprofit).

Termenul de administraţii private reuneşte instituţii cum ar fi: sindicatele, asociaţiile, ligile, fundaţiile etc.

Administraţiile private au ca funcţie principala producerea de servicii noncomerciale rezervate unor grupuri specifice de menaje, sau vânzarea de servicii comerciale, dar "fără scop lucrativ, adică fără profit".

Majoritatea resurselor lor provin din contribuţiile voluntare ale membrilor administraţiilor private respective.

5. Instituţiile financiare au ca funcţie principala finanţarea economiei, concretizată în trei activităţi principale: colectarea, transformarea şi repartizarea disponibilităţilor financiare:

• intermedierea financiară între agenţii economici care doresc să îşi plaseze economiile şi cei care doresc să împrumute fonduri;

• transformarea economiilor plasate pe termen scurt în credite pe termen mediu sau lung;

• circulaţia şi crearea de mijloace de plată.

Resursele instituţiilor financiare provin în principal din economiile colectate sau din împrumuturile contractate pe pieţele de capital, precum şi din moneda pe care ele o creează.

6. Societăţile de asigurare au ca funcţie asigurarea, adică garantarea unor plăţi (indemnizaţii) în cazul realizării unor riscuri la care sunt expuşi cei care se asigură.

Resursele acestor societăţi provin din primele prevăzute în contractele subscrise de către cei care se asigură, din cotizaţii voluntare (în cazul mutualelor), precum şi din dobânzile aduse de către plasamente (fondurile plasate).

7. "Restul lumii"-Agenţi nonrezidenţi.

"Restul lumii" regrupează ansamblul agenţilor nonrezidenţi care fac operaţii de orice natură cu agenţii rezidenţi pe teritoriul economic naţional.

Agenţii economici efectuează o gamă largă de operaţii care pot fi grupate în funcţie de specificul lor în următoarele categorii:

• operaţii de repartiţie,
• operaţii financiare

Operatii asupra bunurilor şi serviciilor.

Bunurile sunt produse materiale, de regulă stocabile.

Serviciile sunt activităţi care generează efecte utile, imateriale şi deci nestocabile. Ele sunt rezultatul unor activităţi efectuate de agenţii economici între care reţinem:

a) Producţia

Productia este activitatea economică socialmente organizată care constă în crearea de bunuri şi de servicii schimbate pe piaţă şi/sau obţinute plecând de la factori de producţie care se modifică pe piaţă.

Conform definiţiei, producţia nu cuprinde economia subterană şi nici munca domestică.

Intră în sfera producţiei, conform ultimei părţi a definiţiei, serviciile noncomerciale (învăţământul, serviciile medicale etc.). Aceste servicii nu sunt vândute, dar necesită plata factorilor de producţie: salariile cadrelor didactice sau ale personalului medical, de exemplu:

În cadrul producţiei, se poate face deci distincţie între:

- o producţie comercială, care cuprinde bunurile şi serviciile vândute la un preţ care să permită acoperirea costurilor necesare producerii loc, ea se măsoară în preţurile pieţei;

- o producţie noncomercială, care cuprinde servicii furnizate în mod gratuit sau quasi-gratuit colectivităţii: aceste servicii nu generează o plată care să acopere costurile lor de producţie. Ele sunt finanţate prin prelevările obligatorii (impozite şi cotizaţii sociale) sau prin contribuţii voluntare.

b) Consumul intermediar

Se referă la bunurile şi serviciile comerciale care sunt utilizate pentru a produce alte bunuri, adică sunt consumate şi transformate în cursul procesului de producţie.

c) Valoarea adaugată

Reprezintă diferenţa dintre producţie şi consumul intermediar (cheltuieli cu materii prime, materiale, energie etc.). Cuprinde salariile, profitul, dobânda, impozitele indirecte, armonizarea.

d) Consumul final

Consumul final al menajelor constă în utilizarea bunurilor şi serviciilor destinate satisfacerii nevoilor menajelor.

Consumului de servicii noncomerciale de genul întreţinerii căilor rutiere sau a iluminatului public nu poate fi repartizat între diferiţii agenţi economici (menaje, întreprinderi etc.) care beneficiază de ele, deoarece cea mai mare parte a acestor servicii colective nu sunt facturate direct la utilizatori.

Prin convenţii, se consideră deci ca administraţiile sunt cele care consumă aceste servicii.

Consumul final al administraţiilor corespunde deci ansamblului serviciilor noncomerciale pe care ele le-au produs, şi de care beneficiază colectivitatea.

e) Investiţiile

A investi înseamnă, în sens larg, a efectua cheltuieli în scopul de a menţine, de a creşte sau de a perfecţiona capitalul fix necesar producţiei.

f) Comerţul exterior

Exportul constă în vânzarea către “restul lumii” de bunuri şi de servicii, produse pe teritoriul naţional. Importul constă în cumpărarea de bunuri şi de servicii care provin din “restul lumii”.

A. Operaţii de repartiţie.

Operaţiile de repartiţie constau în distribuirea sau redistribuirea veniturilor între diferiţii agenţi economici. Primele operaţii de repartiţie sun prezentate în tabelul 11.1.

Principalele operatii de repartitie

Activităţi	**Operaţii de repartiţie**	**Cheltuială pentru:**	**Resursa pentru:**
Remunerarea salariaţilor	Salarii, cotizaţii ale celui care angajează	Î	M
Impozite legate de producţie şi de comerţul exterior	Taxa pe valoarea adaugată Taxe vamale	Î; M; RL	APU APU
Subvenţii de exploatare şi pentru import	Subvenţii de exploatare şi pentru import	APU	Î
Veniturile legate de proprietate şi veniturile întreprinderii	Dobânzile aferente creditelor Dividende Redevente (legate de brevete)	T.C. SN, Î	T.C. t.c.; Î; M.
Operaţii de asigurare	Prime de asigurare Indemnizatii de asigurare	T.C. SA	SA T.C.
Transferuri curente fără contrapartidă	Impozitele pe veniturile persoanelor fizice; Impozitele pe beneficii Cotizaţiile salariaţilor Prestaţii sociale	M SN M; APU	APU APU APU; M
Transferuri de capital	Ajutoare pentru investiţii	APU Î	M

unde:
Î = întreprinderi;
M = menaje;
APU = administraţii publice;
RL = restul lumii – agenţi nonrezidenţi;

TC = toate categoriile de agenţi economici;
SN = societăţi nonfinanciare;
SA = societăţi de asigurare.

B. Operaţii financiare.

Operaţiile financiare se traduc, pentru un agent economic, printr-o modificare a nivelului creanţelor sau a debitelor sale. Orice creanţă deţinută de către un agent economic are în contrapartidă un debit echivalent pentru un alt agent economic.

11.2 Întreprinderea publică, noţiuni generale.

Noţiunea generală a unităţii economice prestatoare de servicii publice şi/sau producătoare de bunuri publice este ÎNTREPRINDEREA PUBLICĂ. Ea este unitatea cu personalitate juridică care nu este constituită exclusiv pe baza capitalului privat şi care se raportează la autoritatea statului.

Raţiunea existenţei acestor întreprinderi este de a asigura statului posibilitatea de a controla anumite sectoare de importanţă deosebită pentru economia naţională şi de a influenţa unele evoluţii social-economice pe termen lung. Acest lucru presupune însăşi asumarea de către stat a eliminării consecinţelor nefavorabile generate de eventuala funcţionare ineficientă a întreprinderilor publice.

Trăsătura comuna tuturor întreprinderilor publice este raportarea lor de principiu la dreptul privat şi mai ales la dreptul comercial. Regula se aplică tuturor aspectelor activităţii lor.

Personalul întreprinderilor este compus din salariaţii supuşi dreptului muncii. În anumite cazuri (exploatări miniere, societăţi de gaze şi electricitate) grija de a acorda personalului o poziţie socială deosebit de favorabilă l-a condus pe legiuitor să prevadă substituirea convenţiei colective de către un statut reglementat (ex: statutul minerului). Dar aceste statuturi, de altfel aplicabile dincolo de graniţele întreprinderii publice tuturor salariaţilor din branşa considerată (ex: statutul minerului se aplică atât în cazul salariaţilor din minele de fier, cât şi celor din minele de cărbune), ţin de dreptul privat. De altfel, procedeul convenţiei colective, destinat să completeze acest statut, şi-a facut şi el apariţia în anumite întreprinderi.

Pe de alta parte, litigiile între întreprinderi şi agenţii săi nu ţin numai de jurisdictii - soluţie aplicabilă tuturor salariaţilor de drept privat ai întreprinderilor publice - ci, mult mai mult, de consiliile de conciliere a conflictelor de muncă, care, la momentul adoptării acestei soluţii nu

aveau competenţa necesară decât în privinţa litigiilor între patronii şi angajaţii din industrie şi comerţ.

Aplicarea dreptului comun al muncii salariaţilor întreprinderilor publice face totuşi loc anumitor dispoziţii mult mai avantajoase pentru ei: lărgeşte în favoarea lor dreptul de exprimare directă recunoscut salariaţilor din sectorul privat, facilitează exercitarea dreptului sindical şi creşte atribuţiile comitetelor de întreprindere.

Activitatea întreprinderii (relaţiile cu furnizorii, clienţii, terţii, participările în cadrul altor societăţi româneşti sau străine) se exercită conform prevederilor dreptului comercial şi eventual conform normelor de drept civil.

Regimul financiar iese în întregime de sub tutela regulilor contabilităţii publice: întreprinderea nu are buget, ci stări de previziune; rezultatele gestiunii sunt înregistrate în bilanţul contabil anual; procedeele de finanţare fac apel la tehnicile de credit comercial. Dacă, spre deosebire de întreprinderile capitaliste, realizarea unui beneficiu nu este singurul scop al gestiunii, totuşi acesta ramâne scopul principal: întreprinderea trebuie să urmărească nu numai o gestiune echilibrată, ci şi una aducătoare de beneficii, pentru a putea utiliza procedeele de autofinanţare în vederea dezvoltării, surplusul de beneficii mergând, după reguli variate conform textelor legislative, la stat, la ansamblul acţionarilor, chiar privaţi acolo unde economia mixtă a fost promovată, sau parţial, la salariaţii întreprinderii.

Caracterul public al întreprinderilor. Acesta antrenează anumite excepţii în aplicarea dreptului privat.

1) Anumiţi conducători sunt numiţi şi revocaţi prin decizie administrativă. Mai rar statul îşi rezervă puterea de a se implica el însuşi în anumite probleme (aspecte) esenţiale pentru viaţa întreprinderii (ex: fixarea anumitor tarife). Totuşi ca singur acţionar majoritar, el (statul) decide dotările de capital necesare dezvoltării întreprinderii.

2) Întreprinderii îi pot fi atribuite anumite prerogative de putere publică (exproprierea, recuperarea de creanţe prin procedeul administrativ al executării silite). Întreprinderea scapă totuşi de anumite constrângeri care afectează întreprinderea privată: se pare ca este mai greu ca ea sa fie declarată în stare de faliment.

3) Întreprinderea publică este supusă, pe de altă parte, unor reguli care-i limitează libertatea de acţiune. Jurisprudenţa îi neagă dreptul, frecvent utilizat de întreprinderile private, de a-şi tranşa litigiile nu prin

intermediul judecătorului, ci printr-un arbitru, incluzând un compromis de arbitraj.

4) Problema proprietăţii asupra bunurilor întreprinderii nu se pune în aceeaşi termeni ca în cazul întreprinderii private. Este important să se ştie dacă masa bunurilor pe care ea le pune în execuţie reprezintă proprietatea sa sau a statului. Controversa nu ar trebui dealtfel să piardă din vedere că, de fapt, întreprinderea are asupra acestor bunuri toate drepturile pe care le are şi întreprinderea privată: ea le poate vinde, schimba, cu singura obligaţie de a nu le diminua valoarea globală care constituie capitalul său social. Ele (bunurile) nu aparţin domeniului public.

5) Întreprinderea publică este supusă unor numeroase controale administrative şi financiare.

Acestea sunt foarte variate; exercitate fie pe timpul gestiunii, de către miniştrii de tutela şi reprezentanţii lor pe lângă organele de conducere (conducători guvernamentali şi controlori de stat), fie a posteriori de către Curtea de Conturi.

11.2.1 Clasificarea întreprinderilor publice.

În continuare se prezintă clasificarea întreprinderilor publice după mai multe criterii.

A. După gradul de implicare în gestionarea serviciilor publice distingem: întreprinderi care nu asigură gestionarea unui serviciu public. Un prim grup de întreprinderi publice generează servicii publice atunci când organizaţia considerată are recunoscut această competenţă de a produce servicii publice. În timp, s-a stabilit (convenit) să se refuze caracterul de serviciu public unor activităţi comerciale identice cu cele exercitate de întreprinderile private din acelaşi sector. Între aceste doua limite opiniile autorilor sunt împărţite, unii tind să creadă că naţionalizarea însăşi implică acordarea calificativului de serviciu public activităţii vizate (cazul minelor de huilă), alţii consideră că incertitudinea care afectează în prezent noţiunea de serviciu public face ca problema să nu fie soluţionată.

Atunci când întreprinderea girează un serviciu public, creşte ponderea dreptului public în cadrul regimului ei juridic. Autonomia sa de gestiune a fost mereu redusă, mai ales în cazul tarifelor (S.N.C.F.); politica contractelor de program marcheaza totusi o reacţie clară faţă de această situaţie. Mai mult, deciziile organismelor sale de conducere, atunci când privesc organizarea serviciului, sunt considerate acte

administrative, chiar dacă întreprinderea este constituită în societate anonimă.

B. După regimul juridic al întreprinderii.

Din acest punct de vedere distingem două tipuri de întreprinderi publice, derivate, unul din societatea anonimă de drept privat (bănci şi companii de asigurări, întreprinderi naţionalizate, întreprinderi constituite în “societăţi de stat” sau “societăţi naţionale”), celalalt din instituţia publică.

Un element de complexitate suplimentar rezultă din faptul că societăţile economice mixte, cu toate că rezervă un loc capitalului privat, sunt considerate că veritabile întreprinderi publice atunci cînd persoanele publice deţin majoritatea capitalului.

Am putea crede că acestor calificative diverse le corespund statuturi foarte diferite. În realitate nu este aşa. În aceste societăţi, supuse în principiu dreptului societăţilor comerciale, faptul că statul deţine singur sau că majoritar, capitalul a redus la o simpla afirmaţie aplicarea dreptului privat. Pe de altă parte, calificativul de instituţie publică este foarte sărac în consecinţe juridice.

Practic, organismele de conducere sunt aproape identice, copiate fidel după cele ale societăţilor private: fie un consiliu de administraţie şi un preşedinte director general, simplu organ de execuţie conform majorităţii statuturilor, dar deţinător, practic, al unor puteri foarte largi, fie un director şi un consiliu de supraveghere.

În România perioadei postdecembriste s-au conturat următoarele trei tipuri de întreprinderi publice, conform acestui criteriu:

B.1 Regiile autonome

Prin HG 597/1992 au fost trecute sub autoritatea consiliilor locale regiile autonome şi societăţile comerciale cu capital integral de stat care prestează servicii publice de interes local.

Aceşti agenţi economici s-au reorganizat în conformitate cu prevederile Legii 15/1990 privind transformarea întreprinderilor de stat în societăţi comerciale. De asemenea, regiile sau societăţile înfiinţate după intrarea în vigoare a hotarârii au trecut sub autoritatea consiliilor locale care le înfiinţează.

Prin Ordonanţa 13/1993 s-au stabilit măsuri pentru restructurarea activităţii regiilor autonome în scopul eficientizării lor, respectarea disciplinei financiare, gestionarea bunurilor din domeniul public, precum

şi reglementarea raporturilor dintre autorităţile administraţiei publice şi regii.

Prin Legea 135/1994 (de aprobare a Ordonanţei 69/1994) s-au stabilit numărul şi obiectul regiilor autonome de interes local, urmând ca pentru activităţi ce nu fac obiectul regiilor, consiliile locale să organizeze fie societăţi comerciale, fie servicii publice.

Prin Ordonanţa de urgenţă 30/1997 privind reorganizarea regiilor autonome s-a prevazut, printre altele şi înfiinţarea de servicii publice de interes local care vor trece sub autoritatea administraţiei din unitatea administrativ-teritorială respectivă.

Din dispoziţiile actului normativ sus-menţionat a reieşit în primul rând obligaţia administraţiei publice locale de a întocmi programele de reorganizare însă, din păcate, la nivel local nu există încă o strategie de restructurare.

Din economia OUG 30/1997 se pot reţine câteva direcţii de acţiune deosebit de importante:

• vor fi supuse reorganizării, cu prioritate, regiile care prestează servicii de utilitate publică şi înregistrează pierderi;

• regiile autonome care nu sunt supuse lichidării se vor reorganiza ca societăţi comerciale pe acţiuni; de reţinut că statul va păstra un pachet de acţiuni sau numai acţiuni nominative de control (golden share);

• bunurile ce urmează a fi folosite de societăţile comerciale nou înfiinţate se transmit prin concesiune.

Cei mai importanţi agenţi economici care prestează servicii pentru cetăţenii dintr-o anumită unitate administrativ teritorială sunt regiile autonome.

Regiile autonome au personalitate juridică şi ca atare funcţionează pe baza de gestiune economică şi autonomie financiară, dar sub autoritatea consiliilor locale. Aceasta particularitate determină o serie de consecinţe juridice pe care orice consiliu local trebuie să le aibă în vedere şi anume:

- prin actul de înfiinţare se va stabili denumirea, sediul, obiectul de activitate (potrivit legii) şi patrimoniul regiei;
- în ceea ce priveşte patrimoniul trebuie precizat că bunurile domeniului public nu sunt alienabile şi ca atare trebuie evidenţiate separat de bunurile proprietate proprie. În cazul în care regiile autonome se reorganizează în societăţi comerciale aceste bunuri din domeniul public NU pot constitui aport la capitalul social;

- regiile autonome participă la circuitul civil ca subiect de drepturi şi obligaţii deşi se află sub autoritatea consiliilor locale. Trebuie precizat însă că, în ceea ce priveşte capacitatea de folosinţă a regiei autonome, aceasta este limitată prin actul de înfiinţare care a stabilit scopul activităţii. În legatură cu capacitatea de exerciţiu menţionăm că regia autonomă are aptitudinile de a-şi exercita drepturile şi de a-şi asuma obligaţii prin acte juridice proprii;

- în principiu, cheltuielile nu pot depăşi veniturile, cu excepţia lucrărilor sau serviciilor de interes public cu condiţia ca acestea să fie aprobate de consiliul local în mod nominal. În cazul în care mijloacele financiare ale regiei sunt insuficiente, se pot contracta credite financiare în valoare de cel mult 20% din veniturile brute realizate în anul anterior. Regia autonoma poate beneficia atât de subvenţii de la bugetul de stat, cât şi de la bugetul local;

- conducerea regiilor autonome este numită de consiliul local în virtutea calităţii de proprietar al patrimoniului pe care-l foloseşte regia. Conducerea operativă a regiei revine consiliului de administraţie numit pe o perioadă de 4 ani, dar care poate fi reînnoit în proporţie de 1/2 la fiecare doi ani. Între şedinţele consiliului de administraţie conducerea revine directorului, angajat prin contract de management de către regie.

Cea mai grea problemă cu care se confruntă astăzi administraţia publică locală este aceea a patrimoniului regiilor autonome.

În primul rând, reglementarea legală a domeniului public şi privat este deficitară în special în ceea ce priveşte dreptul autorităţilor administraţiei publice de a stabili care anume bunuri sau lucrări fac obiectul “interesului public”:

• în această situaţie se află, de exemplu, reţelele de apă, cele de canalizare, termoficare, precum şi instalaţiile aferente acestora;

• în practică s-a considerat în mod eronat ca aceste bunuri fac parte din patrimoniul regiilor autonome, dar ele aparţin de fapt domeniului privat al unităţilor administrativ-teritoriale;

• bunurile din domeniul privat al statului/autorităţii locale se află în circuitul civil şi ca atare trebuie transmise pe cale legală către regiile supuse reorganizării.

Procesul de reorganizare a regiilor autonome în societăţi comerciale a început mai înainte de a fi adoptată legea proprietăţii publice astfel încât

în mod categoric se vor naşte litigii cu privire la o serie de bunuri transmise de administraţie:

• dacă procesul de restructurare continuă şi legea va stabili ulterior că reţelele tehnico-edilitare intră în categoria proprietăţii publice se vor ivi situaţii critice (scoaterea bunurilor din patrimoniul societăţilor comerciale şi trecerea lor în proprietate publică se poate realiza numai cu expropriere şi plata unor despăgubiri);

• dacă se stopează procesul reorganizării regiilor autonome atunci trebuie anulată Ordonanţa 30/1997 şi toate actele încheiate sub imperiul ei anulate;

• soluţionarea legală a problemei proprietăţii publice trebuie corelată cu reglementarea concesiunilor, pentru că societăţile comerciale nou înfiinţate nu pot presta servicii publice decât în temeiul unor concesiuni acordate de administraţia publică locală (există însă o contradicţie între dispoziţiile HG 1228/1990 care obligă la licitaţii şi OUG 30/1997 care nu impune licitaţii).

Deşi potrivit legii consiliile locale au dreptul de a organiza regii autonome şi societăţi comerciale, acestea nu-şi pot realiza scopul (interesul social) întrucât:

- nu există încă reglementarea juridică a patrimoniului şi a dreptului de administrare a acestuia;

- nu există surse de finanţare, astfel ca majoritatea serviciilor publice rămân dependente de subvenţiile de la buget.

Prestarea de servicii de către administraţia publică locală este un fenomen definitoriu al vieţii socio-economice româneşti, prezent în special în comunităţile mici.

Lipsa unui contract între administraţie şi regiile autonome de sub autoritatea să determina în primul rând o slabă calitate a serviciilor prestate şi stoparea oricărei dezvoltări tehnologice a acestor regii care depind exclusiv de fondurile alocate din bugetul local.

Prestarea serviciilor prin intermediul regiilor autonome se caracterizează prin:

- lipsa unei diferenţieri între activitatea de conducere şi cea de execuţie, dintre proiectarea şi realizarea investiţiilor, dintre munca productivă şi cea administrativă;

- un control excesiv al gestiunii, care devine însă ineficient atâta timp cât nu există mijloace financiare necesare bunei funcţionări şi dezvoltării regiilor;

- calitatea slabă a serviciilor datorate absenţei concurenţei, lipsa motivaţiei personalului (salarii mici), intervenţiei politicului în administraţie (numirea membrilor consiliilor de administraţie pe criterii politice);

- birocraţie în executarea sarcinilor şi lipsa de iniţiativă specifică oricărui sistem centralizat.

Interesant de menţionat este faptul că a apărut o confuzie o dată cu folosirea termenului de “regie” (care are sensul de “prin sine însuşi”), pentru a denumi anumite organisme care nu au acest statut (de ex: Regia Autonoma de Transport este de fapt o instituţie publică -“établissement public”), precum şi o dată cu posibilitatea oferită comunelor şi departamentelor de a recurge la regii care dispun doar de “autonomie financiară“.

B.2 Societăţile comerciale.

O altă categorie de agenţi economici prin care se realizează serviciile publice sunt societăţile comerciale pe acţiuni sau cu răspundere limitată. Ca şi regiile autonome, societăţile comerciale de sub autoritatea consiliilor locale au anumite particularităţi şi anume:

- societatea comercială se înfiinţează prin actul administrativ numit hotărâre de către consiliile locale şi prin care se precizează în mod obligatoriu: forma juridică; denumirea şi sediul principal; capitalul social subscris şi structura acestuia; modul de constituire inclusiv prelucrarea activului şi pasivului fostelor întreprinderi de stat;

- prin actul de înfiinţare trebuie aprobat statutul de organizare şi funcţionare a societăţii comerciale, care reprezintă legea de bază pentru funcţionarea normală şi eficientă a societăţii. De observat că autoritatea administraţiei publice locale este aceea care stabileşte ansamblul de reguli şi dispoziţii care reglementează funcţionarea societăţii comerciale de sub autoritatea sa;

- la fel ca şi în cazul regiilor autonome, capacitatea de folosinţă a societăţii comerciale este circumscrisă obiectului de activitate aprobat;

- numirea consiliului de administraţie se face de către autoritatea administraţiei publice care a înfiinţat societatea comercială, membrii acestuia fiind oricând revocabili ca şi reeligibili.

Consiliul de administraţie are dreptul de a delega o parte din atribuţii unui comitet de direcţie format din membrii aleşi, dintre administratori;

- scopul principal al societăţilor comerciale prestatoare de servicii nu este obţinerea de profit, ci dezvoltarea calităţii şi cantităţii serviciilor prestate cetăţenilor.

Atunci când administraţia publică nu a putut satisface nevoile colectivităţilor locale a trebuit să apeleze la societăţi comerciale private cărora să le încredinţeze gestiunea serviciilor publice. Am amintit deja că această încredinţare s-a realizat pe temeiul contractelor, în primul rând a celui de concesiune.

În ceea ce priveşte situaţia societăţilor comerciale prestatoare de servicii, distingem mai multe situaţii:

a) societăţile comerciale înfiinţate în temeiul Legii 15/1990 care şi-au inclus în patrimoniu imobilele cu terenurile aferente. Pe lângă faptul că trecerea în proprietatea acestor societăţi a unor imobile din domeniul privat al unităţilor administrativ-teritoriale fără acordul autorităţilor administraţiei locale trebuie menţionat faptul că administraţia nu a primit în schimb nici măcar o acţiune din capitalul social. Prin privatizarea acestora administraţia locală a pierdut orice drept de control (cazul fostelor ICRAL-uri transformate în societăţi comerciale);

b) societăţile comerciale înfiinţate de administraţia publică locală cu capital integral public.

În cazul acestor societăţi, acţionarul unic este consiliul local care, la rândul sau, numeşte consiliul de administraţie şi directorul. Situaţia acestor societăţi comerciale este critică în primul rând pentru că numirea conducerii se face politic (nu pe criterii profesionale), în al doilea rând pentru că AGA şi Consiliul de administraţie cuprind funcţionari din primărie (nespecialişti) şi în al treilea rând pentru ca eficienţa unei societăţi comerciale subordonate total administraţiei este aceeaşi ca în cazul regiilor autonome adică slabă;

c) societăţile comerciale cu capital majoritar privat în care autorităţile administraţiei publice deţin un anumit număr de acţiuni. În aceste cazuri administraţia îşi păstrează un drept de veto numai în ceea ce priveşte strategia societăţii (fără a interveni în actul de conducere, tehnic sau executiv al întreprinderii).

Schema de funcţionare a unei societăţi comerciale cu capital mixt public/privat este prezentată în figura nr. 11.1:

Prestarea serviciilor în regim mixt: public-privat

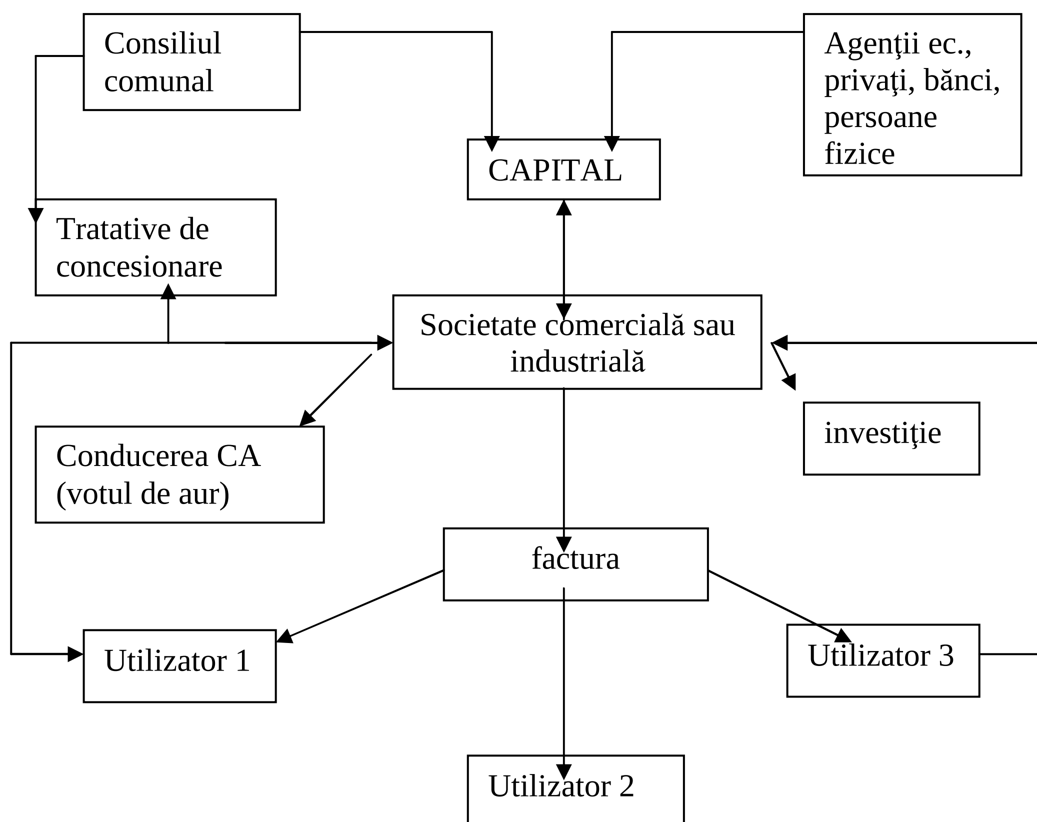


Figura 11.1 Schema de funcţionare a unei societăţi cu capital mixt

Avantajele prestării serviciilor publice prin intermediul societăţilor comerciale private sunt evidente:

• degrevarea bugetului local de cheltuielile necesare cu organizarea şi prestarea serviciului public. Una din condiţiile esenţiale ale delegării gestiunii serviciilor publice fiind tocmai capacitatea financiară a concesionarului;

• creşterea eficienţei prestaţiilor în paralel cu reducerea costurilor în condiţiile concurenţei la care este supusă societatea comercială;

• realizarea de investiţii, reabilitarea şi dezvoltarea bazei materiale pe speţele concesionarului;

• posibilitatea de a reglementă sectorul privat prin norme emise de administraţia publică (standarde de calitate, licenţe, facilităţi pentru comercianţii care investesc în domeniul public etc.);

• posibilitatea administraţiei publice locale de a retrage oricând gestiunea serviciului public în condiţiile în care prestatorul nu-şi realizează obligaţiile faţă de beneficiari.

Ca şi în cazul regiilor autonome, administraţia publică locală are serioase divergenţe cu societăţile comerciale care doresc să se privatizeze şi în acest scop include în capitalul social bunuri care aparţin domeniului public/privat al consiliilor locale:

• bunurile care sunt proprietate publică nu pot fi transmise societăţilor comerciale în virtutea caracterului lor inalienabil; bunurile de proprietate privată pot fi transmise societăţilor comerciale, dar prin una din formele prevazute de lege;

• în practică s-a pus problema beneficiilor realizate de către salariaţi, beneficii care au fost utilizate de regie/societatea comercială respectivă pentru investiţii. Credem că atâta timp cât beneficiile se cuveneau salariaţilor trebuie să li se recunoască acestora un drept de creanţă asupra capitalului social care poate fi materializat în acţiuni nominale de valoarea beneficiului aferent fiecăruia. În acest fel ar creşte şi interesul funcţionarilor faţă de eficienţa serviciului prestat.

B.3 Instituţiile publice ("établissement public").

Un serviciu public se organizează şi funcţionează ca o instituţie cu personalitate juridică distinctă faţă de stat sau de colectivităţile locale. Altfel spus, este o persoană de drept public creată special pentru a asigura satisfacerea interesului general. Ca urmare, instituţiile publice dispun de patrimoniu propriu, precum şi de buget, şi pot încheia contracte în nume propriu, pot acţiona în justiţie.

Coordonarea activităţii instituţiilor publice în scopul realizării interesului general pentru care au fost de altfel create, poate fi făcută în două feluri:

• prin reprezentanţii consiliului local în organul de conducere al instituţiei (AGA sau CA). Această modalitate directă are avantajul că reprezentanţii colectivităţii locale transmit operativ hotărârile consiliului local cu privire la domeniul de interes pentru instituţie;

• prin contractul cu instituţia publică, adică în mod indirect prin bilanţul aprobat anual de către colectivitatea locală. În acest caz, managerul/consiliul de administraţie al instituţiei acţionează prin drepturi

şi obligaţii de natura contractuală şi răspunde material, civil sau penal faţă de colectivitate.

La nivel naţional, funcţionarea serviciilor publice este caracterizată de “tutela administrativă“, adică de obligaţia conducerii instituţiei de a obţine aprobarea pentru deciziile pe care le adoptă, fie de la ministerul de resort, fie de la Ministerul de Finanţe. Unele instituţii publice sunt de importanţă naţională şi dependente de bugetul naţional şi ca atare este explicabil de ce funcţionează sub tutelă.

Sistemul este evident contrar unei descentralizări reale, fiind de altfel criticat de pe poziţia celor ce susţin că descentralizarea trebuie să se realizeze teritorial.

11.2.2 Caracteristicile generale ale instituţiilor publice**.**

Instituţia publică este o persoană juridică şi posedă toate atributele în acest sens: calitatea de subiect de drept, care antrenează constituirea unui patrimoniu, autonomia financiară, o anumită independenţă în gestionarea activităţilor sale.

Este o persoană juridică de drept public. Această soluţie capitală nu s-a impus decât progresiv în prima jumatate a secolului XIX, calificativul de instituţie publică era dat atât persoanelor juridice private beneficiind, graţie caracterului lor de interes general, de recunoaşterea utilităţilor publice, cât şi persoanelor publice.

În mod treptat calificativul a fost rezervat de jurisprudenţă şi lege numai celei de-a doua categorii, primele formând categoria instituţiilor de utilitate publică. Acestea se identifica prin:

- misiune (obiectivul) serviciului public;
- prezenţa prerogativelor de putere publică;
- reguli de organizare şi funcţionare a organismului considerat, care dovedesc un control al administraţiei.

Este o persoană juridică care îşi asumă gestiunea unui serviciu public. Aceasta trasătură deosebeşte instituţia publică de persoanele publice teritoriale, al caror câmp de acţiune se întinde asupra ansamblului problemelor locale. Instituţia publică, dimpotrivă, este o persoană specializată: competenţa sa se limitează la serviciul care i-a fost încredinţat; principiul specializării se aplică instituţiei publice în mod strict. Totodata, acest caracter se atenuează în cazul instituţiilor publice teritoriale.

Acest element al definiţiei, pe de altă parte, conferă procedeului veritabila sa semnificaţie: instituţia publică este un cadru de organizare a

serviciilor publice. Descentralizarea serviciilor este o metodă administrativă, pe care autoritatea publică o utilizează din motive tehnice. De aceea, procedeul alegerii de către cei interesaţi a organismelor de conducere aferente persoanelor juridice, esenţial în cazul descentralizării teritoriale, nu intervine decât în mod excepţional în cazul instituţiilor publice. De asemenea, acesta este motivul pentru care politica urmată în cazul instituţiilor publice este variabilă: după cum un guvern este sensibil la avantajele procedeului (o mai mare supleţe a acţiunilor administrative) sau la pericolele administrative (dispersie, "dezmembrare a administraţiei") sau mai ales la pericolele financiare (prejudicierea unităţii bugetare).

Există însă excepţii, chiar în cazul instituţiilor publice tradiţionale, în sensul că unele dintre ele nu implică activităţi aferente unui serviciu public, ci unor activităţi private de interes general (asociaţii sindicale de proprietari) sau unor interese private colective (camere de comerţ, de agricultură, de meserii). Regimul lor nu se limitează câtuşi de puţin la regulile comune tuturor instituţiilor publice de tip clasic.

Înfiinţarea instituţiilor publice respectă principiile dreptului administrativ: astfel, instituţiile publice de interes local se înfiinţează prin hotarârea consiliului local (judeţean, municipal), iar instituţiile publice de interes naţional prin hotarâre de guvern.

În ceea ce priveşte dreptul parlamentelor de a crea instituţii publice există în doctrina opinii diferite; unii consideră că în virtutea dreptului de legiferare parlamentele pot crea instituţii publice; alţii consideră că această prerogativă aparţine guvernului ca autoritate executivă, parlamentul având numai rolul de aprobare/control.

Multitudinea de instituţii cu caracter public şi privat a ridicat în practică problema distincţiei dintre acestea: care anume sunt publice şi care anume sunt private? În jurisprudenţă s-au cristalizat patru criterii de distincţie:

• primul criteriu pleacă de la originea instituţiei, adică de la persoana care a înfiinţat respectivul serviciu; era o persoană publică sau privată?

• al doilea criteriu are în vedere obiectul de activitate al instituţiei, adică realizarea unui interes general pentru stat/colectivitate;

• al treilea criteriu se referă la existenţa controlului administrativ ; este sau nu este controlată instituţia de către stat/colectivitate?

• în sfârsit, trebuie stabilit dacă instituţia se bucură sau nu de prerogativele puterii publice.

Dacă răspunsul este afirmativ la toate cele patru întrebări putem fi siguri de faptul că instituţia analizată are caracter public. Datorită faptului că aceste criterii sunt interpretate diferit în practica instanţelor

judecătoreşti unii autori consideră că asistăm la “criza noţiunii de instituţie publică“.

La apariţia acestei crize au contribuit mai mulţi factori dintre care cei mai importanţi sunt:

1) Existenţa unor persoane private cu competente în administrarea unor servicii publice, care fac concurenţa formulei instituţiei publice. De asemenea, există instituţii publice care nu administrează un serviciu public (de ex. extracţia cărbunilor);

2) Principiul specializării pare a fi pus sub semnul întrebării ca urmare a apariţiei unor grupări de colectivităţi teritoriale (de ex: sindicate de comune), care administrează activităţi diverse;

3) Regimul juridic al instituţiilor publice adică aplicarea principiului dreptului administrativ, este pus sub semnul întrebării. Acest fenomen este determinat de dezvoltarea instituţiilor publice cu caracter industrial şi comercial în raport cu instituţiile publice cu caracter administrativ;

4) Instituţia publică nu mai este singura persoană publică specializată dintre persoanele publice cu vocaţie generală (stat, colectivităţi teritoriale), ca urmare a apariţiei unei noi categorii de persoane publice sau persoane private cu scopul de a asigura, pentru o perioadă determinată, gestiunea unor activităţi sau a unor echipamente comune. Aceasta formulă permite parteneriat în jurul unui proiect determinat în diferite domenii (de ex: în domeniul cultural, în domeniul dezvoltării sociale sau urbane).

În ceea ce priveşte clasificarea instituţiilor publice se poate enunţa că în general ele corespund obiectului/scopului serviciului public pe care-l prestează:

• dacă o instituţie furnizează un SPA, aceea este o instituţie publică administrativă; dacă gereaza un SPIC, atunci este o instituţie publică având caracter industrial sau comercial;

• această clasificare nu este absolută: este posibil ca o instituţie publică administrativă să ofere un SPIC, aşa cum o instituţie publică de natură comercială să asigure o activitate SPA;

• în practică se regăsesc însă instituţii publice care oferă atât un SPA, cât şi un SPIC, aşa cum sunt de pildă Camerele de Comerţ şi Industrie şi care nu pot fi clasificate decât ca mixte sau cu “înfăţişare dublă“.

Dincolo de această multitudine de instituţii publice ne interesează regimul juridic aplicabil; ori acesta depinde de natura activităţii prestate, altfel spus dacă instituţia publică desfaşoară activitate administrativă ea se supune normelor dreptului administrativ; dacă altă instituţie desfăşoară

activităţi comerciale sau industriale ea va fi supusă regimului juridic civil (în sens larg).

Toate instituţiile publice aparţin în principiu de o persoană teritorială: fie statul, dacă activitatea lor acoperă tot teritoriul naţional sau dacă activitatea, chiar limitată teritorial, prezintă interes pentru toată naţiunea (universităţile); fie regiunea, judeţul, municipiul sau comuna (birouri de ajutor social).

Instituţiile publice pot fi de interes naţional, regional, departamental sau comunal; aceasta departajare determină parţial autoritatea tutelară.

Crearea instituţiilor publice este supusă regulilor constituţionale cunoscute şi este comuna tuturor acestora, legiuitorul având sarcina de a determina regulile privind crearea categoriilor de instituţii publice.

Organizarea instituţiilor publice se caracterizează printr-un anumit grad de autonomie.

Instituţia publică scapă în principiu de sub ordonarea ierarhică; ea are propriile organisme de conducere care au putere de decizie, sub un raport de tutelă.

Cel mai adesea, aceste organisme sunt o autoritate deliberativă şi un agent executiv. Compoziţia autorităţii, care ia frecvent numele de consiliu de administraţie, variază considerabil: funcţionar, reprezentanţi ai interesului privat, uneori angajaţi sau utilizatori, personalităţi calificate prin competenţa lor etc. Modul de desemnare variază şi el: nominalizare de către puterea centrală, desemnare de către organismele reprezentative, uneori alegeri în cazuri excepţionale, când instituţia are la baza sa o comunitate organizată (Camere de Comerţ, Universităţi). Statutul agentului executiv variază şi el în aceeaşi măsură: deseori numit, uneori desemnat pe baza de prezentare de către organismul deliberant, ceea ce echivalează cu o alegere, uneori chiar ales (rectorii universităţilor).

Ca regulă generală, instituţia publică dispune de prerogative de putere publică. Organismele sale iau decizii executive, încheie contracte administrative (mai puţin recursuri la contractele de drept privat); personalul ei este compus din agenţi publici care îşi desfăşoară activitatea sub regimul lucrarilor publice, angajându-şi responsabilitatea după regulile dreptului administrativ.

Institutia publică dispune de un patrimoniu propriu ceea ce îi permite:

• să primească donaţii pe care obiectul său caritabil sau cultural le poate atrage de la particulari – mai puţin când acestea sunt generate de o sarcină străină specializării instituţiei;

• să pastreze încasările provenind din activitatea sa;

• să primească subvenţii de la colectivităţi publice;

Organismul deliberativ votează anual bugetul; acesta trebuie să prevadă toate cheltuielile în funcţie de resursele disponibile. În practică, gradul de autonomie reală variază în funcţie de resurse; se întâmplă ca acestea să fie constituite în marea lor majoritate din subvenţii de la stat; în acest caz, autonomia financiara nu este decât o faţadă. Execuţia bugetului este supusă regulilor contabilităţii publice. Instituţiile publice care corespund unui serviciu public fără caracter industrial sau comercial sunt cunoscute sub denumirea de instituţii publice administrative (servicii sociale, sănătate, cultură, ştiinţifice etc.).

În cadrul instituţiilor amintite mai sus trebuie menţionate instituţiile publice cu caracter ştiinţific şi cultural între care cele mai importante sunt universităţile. Lor le sunt caracteristice trei aspecte:

- mai întâi, ele îşi elaborează singure statutul fără să îl primească prin lege sau reglementări care nu fac altceva decât să contureze cadrul general;
- procedeul alegerii de către cei interesaţi, profesori şi studenţi, se aplică pentru desemnarea consiliilor, care la rândul lor aleg preşedinţi;
- în sfârşit, faptul ca regulile de tutelă sunt teoretic reduse, în special în sectorul financiar.

Determinarea naturii exacte a unei instituţii publice este uneori complexă. Există de asemenea instituţii publice care, în ciuda clasificării lor, realizează în acelaşi timp activităţi de natură administrativă cât şi activităţi de natură industrială şi comercială. Este cazul porturilor autonome, pentru care activităţile de amenajare, întreţinere şi poliţie portuară corespund gestiunii unui serviciu public administrativ, în timp ce exploatarea utilajelor din port ţine de gestiunea unui serviciu public industrial şi comercial.

În prezent se observă tendinţa colectivităţilor locale de a înfiinţa instituţii publice având caracter administrativ, dar cu evidente sarcini comerciale sau industriale: agenţii, asociaţii, camere, sindicate. Acest fenomen este explicabil din mai multe considerente:

• lipsa fondurilor necesare funcţionării instituţiilor publice administrative; ca atare, li se permite să desfăşoare activităţi comerciale pentru a-şi asigura fonduri, (SRI);

• capacitatea instituţiilor comerciale de a se organiza mai bine şi de a funcţiona mai eficient decât instituţiile administrative (instituţiile de protocol, spre exemplu);

• posibilitatea de a se sustrage normelor de drept administrativ ce încorsetează activitatea economică.

Spre deosebire de stat sau de colectivităţile locale care au o competenţă materială generală, instituţiile publice sunt guvernate de principiul specializării. Acest principiu interzice instituţiilor publice să desfăşoare activităţi care nu au legatură cu obiectul/misiunea lor de a satisface un interes general aşa cum este definit în actul lor de înfiinţare. În doctrina s-a arătat că “Principiul specializării aplicabil instituţiilor publice constă în faptul că persoana juridică a cărei înfiinţare se justifică prin scopul încredinţat nu are competenţa generală pentru îndeplinirea acestui scop”. În practică instituţiile publice nu pot desfăşura activităţi pur administrative pentru a-şi realiza scopul şi ca atare desfăşoară activităţi comerciale sau industriale complementare; problema esenţială constă în definirea acestor activităţi ca secundare faţă de obiectul principal sau nu.

Acest aspect trebuie clasificat de colectivităţile locale în momentul în care hotărăsc înfiinţarea unei instituţii publice, în aşa fel încât în actul constitutiv să fie precizate expres activităţile compatibile cu activitatea principală a instituţiei.

11.2.3. Întreprinderile publice concesionare.

Este în principal cazul întreprinderilor specializate în producerea şi distribuirea de electricitate şi gaz. În majoritatea ţărilor dreptul de administrare a unor astfel de servicii este încredinţat unor întreprinderi potrivit unor condiţii stipulate precis într-un caiet de sarcini (atribuţii, condiţii de fixare a tarifelor, obligaţii de virare a unor subvenţii de către concedent, de plată a redevenţelor către concesionar etc.).

11.2.4. Grupurile publice.

Fenomenul care caracterizează în cea mai mare măsură evoluţia întreprinderilor publice este formarea, în jurul unei întreprinderi publice-mamă, a unor filiale şi subfiliale care formează un grup public. Întreprinderea mamă poate să transfere filialelor totalitatea activităţilor sale industriale şi comerciale şi să nu păstreze decât caracterul de holding în relaţia cu aceasta. Întreprinderea mamă poate de asemenea, prin crearea filialelor, să-şi diversifice activitatea, în ciuda principiului specializării care i se adresează atunci când aceasta (întreprinderea mamă) are statutul de institutie publică (filialele hoteliere şi turistice ale lui Air-France).

Grupul industrial poate să-şi orienteze activitatea către străinătate (filialele străine ale lui Renault), poate să-şi descentralizeze gestiunea

(filialele grupurilor publice de asigurări) sau poate să-şi coordoneze activitatea cu alte întreprinderi publice sau private.

Filialele, constituite ca societăţi anonime, ţin de dreptul privat în întregime. Întreprinderea mamă poate conserva totalitatea capitalului lor, dar, deseori, filialele iau forma societăţilor economice mixte, admiţând o parte privată a capitalului, parte care trebuie să rămână minoritară, pentru ca filialele să-şi păstreze caracterul de întreprinderi publice. Fenomenul se explică în parte prin preocuparea de a conferi întreprinderilor publice dimensiuni lărgite, considerate necesare pentru ca ele să poată înfrunta concurenţa grupurilor privat, mai ales în cadrul european.

Se ajunge astfel la crearea unor similitudini între întreprinderile publice şi cele private în ceea ce privesc structurile lor, modul de desfaşurare a activităţii şi compoziţia lor. În sensul ultimei afirmaţii, stau mărturie în special:

- participările unor întreprinderi publice în grupuri cu diferite întreprinderi străine, lucru realizat deseori cu ajutorul financiar al Caselor de Economii şi Consemnaţiuni;
- eforturile de diversificare a întreprinderilor publice;
- apropierea între întreprinderile publice şi cele private, în special între banci şi grupurile de asigurări

11.2.5. Întreprinderile economice mixte**.**

Întreprinderea economică mixtă este o societate anonimă ai cărei acţionari sunt în parte agenţi privaţi, şi respectiv persoane publice care devin astfel asociate în procesul de gestiune.

Această asociere se poate realiza prin jocul normal al dreptului societăţilor: persoana publică subscrie la formarea capitalului pentru a obţine acţiuni, care îi vor oferi drepturile aferente calităţii de acţionar în cadrul Adunării Generale a Acţionarilor. Dar, în societatea anonimă, guvernată de principiul majorităţii, aceste drepturi nu devin eficiente decât dacă numărul de acţiuni deţinute îi permite persoanei publice să-şi impună voinţa în organismele participative.

Societatea economică mixtă poate să rezulte şi dintr-o decizie a autorităţii publice, care să o creeze, prin rezervarea unei părţi de capital sectorului privat, sau prin reintroducerea capitalului privat într-o societate publică.

1. Statul poate, prin luarea de titluri de participaţie, să preia controlul întreprinderii: dacă el devine principalul acţionar, dreptul comun permiţându-i să desemneze după cum el înţelege organele de conducere.

El se poate mulţumi să pătrundă în întreprindere în vederea exercitării din interiorul acesteia (participare minoritară cu rezervare de locuri în consiliul de administraţie).

2. Procedeul poate tinde să asigure colaborarea persoanelor publice şi private în privinţa unor sarcini care le privesc pe amândouă. Uneori, şi din ce în ce mai frecvent, societatea nu reuneşte decât persoane publice; sub denumirea de economie mixtă nu se regaseşte decât un procedeu comod oferit asocierii persoanelor publice într-un cadru de drept privat.

3. Societatea economică mixtă este tipul de organizaţie atrasă în formarea grupurilor publice.

11.2.6. Agenţiile economice specializate.

Autorităţile administraţiei publice locale pot asigura prestarea unor servicii prin intermediul unor agenţii înfiinţate într-un domeniu distinct.

În acest sens, potrivit art. 90 din Legea administraţiei publice locale, se stipulează: “Consiliile locale şi cele judeţene pot hotărî înfiinţarea, în condiţiile legii a unor societăţi comerciale, asociaţii, agenţii şi pot organiza alte activităţi, în scopul executării unor lucrări de interes local, cu capital social constituit prin aportul consiliilor şi a altor persoane juridice şi fizice”.

Din aceasta definiţie rezultă câteva premise esenţiale pentru crearea agenţiilor economice:

1. Agenţiile se înfiinţează în condiţiile legii.

Din această normă rezultă că agenţiile trebuie înfiinţate, organizate şi asigurate funcţional conform legilor speciale, adică Legii societăţilor comerciale 31/1990 modificată prin OUG 32/1997.

Din cele cinci tipuri de societăţi comerciale reglementate de Legea 31/1990 singura posibilitate de participare a consiliilor locale cu capital în natură sau bani este în cadrul unei societăţi pe acţiuni:

- legea permite funcţionarea unei societăţi pe acţiuni cu un singur acţionar (în speţă consiliul local);
- legea permite controlul deciziilor prin intermediul votului de aur (dreptul de veto indiferent de numărul de acţiuni deţinute);
- dreptul consiliului local de a-şi desemna reprezentanţi în consiliul de administraţie (indiferent dacă deţin sau nu acţiuni);
- acţionarii nu sunt angajaţi patrimonial decât la plata acţiunilor subscrise.

2. Agenţiile se pot înfiinţa în scopul executării unor lucrări de interes local. Din această precizare rezultă că agenţiile sunt specializate

într-un anume domeniu de activitate pentru a putea desfăşura o lucrare de interes public (drumuri, canalizări, distribuţia de energie electrică, termică, gaze etc.). În plus urmează să definim ce sens are sintagma "de interes local". În jurisprudenţă s-au cristalizat două curente:

- **stricto sensu**: interesul local nu poate fi decât interesul public şi ca atare lucrările trebuie să fie utile şi necesare întregii colectivităţi;

- **lato sensu**, prin interes local se înţelege orice tip de lucrare dacă ea are drept consecinţă un beneficiu pentru colectivitatea locală. Din păcate, în practica s-a utilizat acest sens de către şefii administraţiei publice locale pentru a dobândi bunuri şi servicii (fenomenul este generalizat prin încheierea aşa-numitelor contracte de "asociere");

În ceea ce priveşte durata de funcţionare a acestor agenţii este evident ca ea este limitată (până la terminarea lucrărilor); ori, în practică s-au încheiat contracte pe zece ani.

3. Agenţiile funcţionează cu aport de capital (în bani sau natură) adus de consiliile locale. O primă precizare trebuie făcută referitor la bunurile care pot constitui aportul în natură la capitalul social, bunuri în legatură cu care s-au facut numeroase abuzuri:

- bunurile din domeniul public nu pot constitui aport la capitalul social al unei societăţi comerciale private (fiind inalienabile, insesizabile, imprescriptibile);

- chiar şi bunurile din domeniul privat, atunci când folosinţa lor este esenţială pentru buna funcţionare a unui serviciu public, nu pot fi aduse ca aport;

- ramâne posibilitatea ca autorităţile administraţiei publice locale să participe doar cu mijloace fixe, mobilier, alte bunuri materiale.

În ceea ce priveste aportul în numerar al consiliilor locale acesta este limitat de legislaţia română întrucât în bugetele locale nu există nici un capital care să permită cumpărarea de acţiuni.

4. Agenţiile economice specializate se înfiinţează de către administraţia publică locală/judeţeană. Actul de înfiinţare al unei agenţii este, evident, hotarârea autorităţii deliberative. Prin actul de înfiinţare se stabilesc principalele elemente: denumirea, sediul, forma juridică, organul de conducere, procedura de adoptare a deciziilor, capitalul şi diviziunile sale, clauzele speciale de arbitraj şi soluţionare a litigiilor, clauze de încetare a activităţii.

Desfiinţarea agenţiilor economice se face prin act juridic contrar, respectiv hotarârea Etapele constituirii unei agenţii economice specializate autorităţii deliberative de încetare a activităţii.

Sunt în linii mari următoarele:

- proiectul de organigramă, cuprinzând obligatoriu reprezentanţi ai consiliului local în organismele de conducere, compartimentele tehnice de execuţie auxiliare etc.
- propunerea contractului-cadru de asociere cu un investitor persoana fizică/juridică cu elementele sus-amintite;
- planul bugetului propriu de venituri şi cheltuieli desfăşurat pe activităţi/durată;
- înregistrarea agenţiei ca persoană juridică română;
- cadrul instituţional al activităţii (raporturile cu alte autorităţi ale administraţiei publice; relaţiile cu agenţii economici, cooperarea cu societatea civila etc.);
- obiectivele agenţiei pentru fiecare etapă de funcţionare în parte şi mijloacele de realizare a acestora;
- reguli de organizare şi funcţionare;
- managementul şi personalul agenţiei;
- sursele de finanţare.

În figura 11.2.2 se prezintă cu titlu de exemplu organigrama unei agenţii imobiliare.

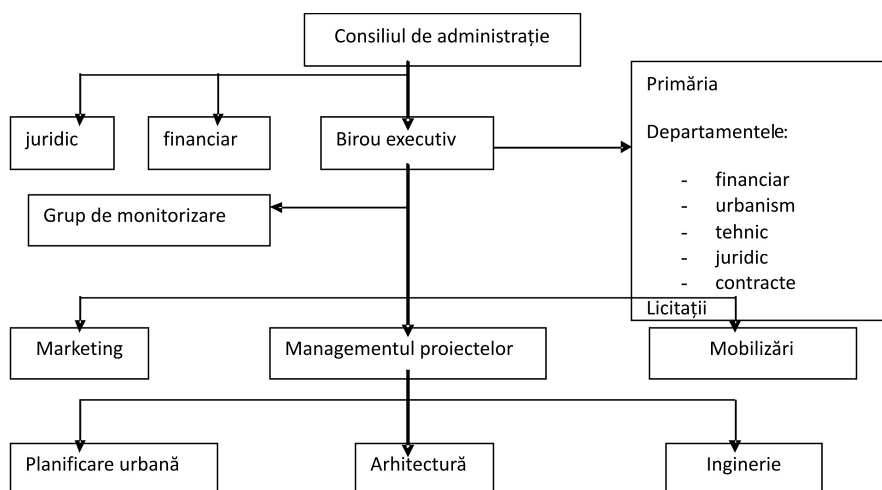


Figura 11.2.2 Organigrama unei agenţii imobiliare

CAPITOLUL 12

12. SISTEMUL INDICATORILOR DE PERFORMANŢĂ ÎN ORGANIZAŢIILE DE SERVICII PUBLICE DIN ŢĂRILE DEZVOLTATE

Nevoia de reducere a nivelului cheltuielilor atrase în procesul de realizare şi furnizare a serviciilor publice a determinat managerii publici să introducă, încă din ultimele decenii ale secolului trecut.

12.1 Necesitatea şi oportunitatea introducerii sistemului indicatorilor de performanţă în sectorul public.

Sistemul de indicatori de performanţă face posibilă evaluarea consumului de resurse în raport cu rezultatele obţinute după încheierea proceselor de realizare şi furnizare a serviciilor şi compararea acestora cu nivelurile stabilite ca obiective.

Rezultatele obţinute de managerii organizaţiilor de servicii au condus la întărirea încrederii acestora în noul sistem pe care l-au apreciat ca având o utilitate practică deosebită cel puţin din următoarele considerente:

• Contribuie la cunoaşterea situaţiei reale a fiecărui tip de serviciu public,

• Permite identificarea disfuncţionalităţilor în procesul de realizare şi de furnizare a serviciilor,

• Ofera informaţii despre reacţiile clienţilor faţă de serviciile oferite,

• Crează posibilitatea reorientării parţiale a unor servicii sau chiar renunţarea la cele care nu sunt cerute pe piaţa serviciilor,

• Permite identificarea gradului de eficacitate a managerilor şi executanţilor implicaţi în procesul de executare şi furnizare de servicii,

• Sprijină managerii organizaţiilor de servicii să descopere care este cel mai eficient sistem de realizare şi furnizare a acestora,

• Permite o corelare a efortului personalului cu rezultatul obţinut şi cu nivelul de performanţă realizat etc.

De altfel evaluarea performanţelor în organizaţiile de servicii reprezintă o condiţie prealabilă oricărui efort de îmbunatăţire a gestionării serviciilor publice locale. Aceasta permite întărirea controlului

autorităţilor locale asupra gestionării serviciilor publice şi, ceea ce este foarte important în orice sistem normal, asumarea răspunderii managerilor şi executanţilor pentru calitatea deciziilor şi pentru modul de implementare a acestora favorizând transparenţa activităţilor de interes public şi colaborarea cu beneficiarii serviciilor oferite.

În toate ţările membre ale Uniunii Europene au început să fie determinaţi indicatori de performanţă încă din anii '80, din dorinţa reprezentanţilor managementului de a cunoaşte exact percepţia clienţilor vis a vis de serviciile oferite şi dimensiunea efortului pe care organizaţiile de servicii trebuie să-l facă pentru a ajunge la nivelul aşteptărilor beneficiarilor. În etapa premergătoare fundamentării strategiilor organizaţiilor de servicii se desfaşoară cercetări de piaţă prin care managerii organizaţiilor de servicii urmăresc să identifice răspunsuri clare şi obeictive cel puţin la următoarele întrebări:

• Ce fel de servicii trebuie să fie oferite pe piaţă? Şi în ce cantitate?
• Este eficient procesul de realizare şi de furnizare a serviciilor?
• Sunt serviciile oferite suficient de diversificate?
• Există bază materială necesară furnizării serviciilor la nivelul aşteptării clienţilor?
• Există o îmbunatăţire sau o degradare a calităţii serviciilor oferite?
• În ce măsură serviciile oferite răspund aşteptărilor clienţilor?
• Cât de eficient este procesul de realizare şi de furnizare a serviciilor publice?
• În ce masură obiectivele previzionate au fost realizate? etc.

Desigur în toate ţările procesul de introducere a indicatorilor de performanţă pentru serviciile publice a fost unul coordonat pentru care s-a creat în timp util cadrul legislativ care să permită aplicarea lui şi pe de altă parte capacitatea manageriala a organizaţiilor de servicii pentru implementare şi imbunătăţirea mecanismelor interne de perfecţionare continua a acestuia.

De exemplu municipalitatea din oraşul francez Asnieres utilizează tabele de bord care conţin 49 de indicatori pentru aprecierea calităţii şi eficienţei serviciilor publice oferite de instituţiile publice din unitatea administrativ-teritorială pe care o conduce.

În Norvegia, Guvernul prezintă în Parlament anual un raport în care sunt analizaţi indicatori de performanţă referitori la serviciile publice oferite de diferite organizaţii publice.

În Marea Britanie s-a constituit o Comisie de Verificare la nivel naţional care urmăreşte, compară şi analizează permanent din punct de vedere economic şi calitativ diferite tipuri de servicii publice oferite de organizaţiile care desfaşoară activitate în acest domeniu.

În toate aceste ţări indicatorii de performanţă sunt utilizaţi pentru a evalua rezultatele unei activităţi desfaşurate şi în acelaşi timp pentru a exprima acest rezultat sub diverse forme:

- Volum şi calitate a prestaţiei,
- Eficienţa economică,
- Rentabilitate economică,
- Eficacitate.

Procesul de determinare a indicatorilor de performanţă este unul cpmplex tocmai datorită faptului că serviciile publice se situează undeva la graniţa dintre logica concurenţială şi logica socială, între care este necesară obţinerea unui echilibru.

Logica concurenţială se aplică serviciilor publice care au natura comercială şi industrială.

Pentru acestea, prezenţa organizaţiilor private care pot furniza aceleaşi servicii necesită din partea autorităţilor locale o gestionare bazată pe criteriul rentabilităţii în condiţiile asigurării unui nivel calitativ corespunzător al prestaţiilor.

Logica socială reiese din faptul că alegerea cantităţii, calităţii şi naturii prestaţiilor sunt determinate de interesul public, fără a exclude aspectele de eficienţă economică.

Evaluarea performanţei în serviciile publice se bazează pe următoarele elemente:

- Identificarea corectă a nevoilor clienţilor,
- Determinarea obiectivelor şi programelor corelate cu nevoile constatate,
- Realizarea unei calităţi a prestaţiilor apropiată de nevoile cetăţenilor,
- Asigurarea celei mai bune productivităţi şi a celui mai mic preţ al serviciilor.

Aplicarea unui sistem de indicatori de performanţă în sfera serviciilor publice este posibilă în orice context naţional, dacă cel puţin următoarele condiţii vor fi respectate:

- Existenţa unui cadru legal care să stabilească limitele legale pentru definirea unor astfel de indicatori,

- Exprimarea unitară şi transmiterea aceloraşi concepte, definiţii, abordări referitoare la indicatorii de performanţă,

- Adaptarea instrumentarului managerial de analiză la diversitatea serviciilor publice,

- Continuitatea şi îmbunătăţirea continuă a sistemului indicatorilor de performanţă pentru serviciile publice,

- Monitorizarea permanentă a sistemului şi acordarea de consultanţă pentru aplicarea, analiza şi evaluarea indicatorilor de performanţă.

Sursele de informare posibile pentru elaborarea indicatorilor de performanţă sunt:

- Datele referitoare la necesarul de servicii publice,
- Numărul de elevi dintr-o unitare administrativ-teritorială,
- Numărul de kilometri de drum care trebuie întreţinuţi,
- Numărul de călători care utilizează sistemul de transport public de suprafaţă, etc.
- Datele referitoare la resursele alocate:
- Cheltuieli,
- Venituri,
- Gradul de satisfacere a nevoii sociale etc.,
- Datele referitoare la rezultate,
- Costul unei zile de spitalizare pentru diferite categorii de bolnavi,
- Preţul serviciului de transport public cu tramvaiul sau alt mijloc de suprafaţă,
- Informaţii statistice curente etc.

12.1.1 Sistemul indicatorilor de performanţă aplicabil pentru serviciile publice**.**

Acesta cuprinde două categorii de indicatori de performanţă:

- Indicatori economici,
- Indicatori de calitate.

Din prima categorie fac parte:

- Costul serviciului, ca indicator de performanţă constituie punctul de plecare în studiile de productivitate, unde este comparat în timp şi ponderat cu un indice, pentru a elimina influenţa inflaţiei. Frecvent indicatorul se foloseşte pentru a compara şi analiza evoluţia productivităţii pentru un serviciu public. Cea mai mare parte a managerilor din organizaţiile de servicii cunosc costul unui metru cub de apă sau al ridicării deşeurilor menajere (tone sau metru cub/locuitor) şi pe

baza acestor informaţii se poate face o analiză atentă a cauzelor care determină nivelul serviciul public oferit.

- Tariful serviciului reprezintă preţul de vânzare al serviciilor publice, ţinând seama de costul investiţiilor şi de cel al intrărilor (apa brută, energie, forţa de muncă).

- Eficienţa serviciilor publice de monopol, cum ar fi randamentul unei reţele de apă măsurată şi facturată şi cantitatea totală de apă produsă.

Pentru cea de a doua categorie cea a indicatorilor de calitate sunt necesare menţiuni speciale. Calitatea serviciului public este apreciată, în cele mai multe situaţii, de măsura în care acesta răspunde aşteptărilor clienţilor.

Importante în acest sens sunt următoarele aspecte:

- Oportunitatea serviciului public,
- Accesibilitatea serviciului public,
- Continuitatea în furnizarea serviciului public,
- Gradul de confort şi curtoazie manifestat de furnizorii de servicii faţă de clienţi etc.

Deoarece calitatea este mai dificil de măsurat şi cuantificat, în instituţiile care oferă servicii din ţările dezvoltate au fost elaborate şi implementate sisteme de control al calităţii serviciilor, care urmăresc realizarea calităţii în fiecare din fazele procesului prin care se realizează serviciul public potrivit unor reguli şi proceduri specifice.

Indicatorii de calitate sunt de mai multe feluri:

- **Indicatori tehnici** care se referă în principal la volumul serviciilor, cum ar fi: numărul de persoane care frecventează bibliotecile publice, numărul de cereri primite pentru acordarea de ajutoare sociale, presiunea apei calde, apei reci etc.

- **Indicatori de mediu**: gradul de poluare fonica, gradul de poluare chimica, gradul de încarcare cu noxe a mediului ambiant, etc

- **Indicatori specifici de calitate**: calitatea apei potabile, gradul de puritare al apei potabile, temperatura la client a apei calde furnizate, gradul de confort în mijloacele de transport în comun, etc.

- Indicatori de servire a consumatorului:

- Accesibilitatea serviciului: orele de program, timpul de aşteptare pentru un serviciu public,

- Gradul de satisfacere al beneficiarului serviciului: nivelul de pregătire profesională a absolvenţilor de liceu,

- Eficacitatea managerilor organizaţiei de servicii: capacitatea managerilor de a realiza obiectivele stabilite ale organizaţiei de servicii,

- Eficienţa economică şi managerială a organizaţiei de servicii: valoarea resurselor cu care au fost obţinute rezultatele şi calitatea deciziilor de management.

Indicatorii de performanţă prezentaţi demonstrează că există suficiente forme de determinare a gradului în care serviciile publice oferite satisfac nevoi sociale de interes general şi în acelaşi timp permit determinarea contribuţiei fiecărui angajat, manager şi executant dintr-o instituţie publică la realizarea şi furnizarea serviciilor oferite.

Sistemul indicatorilor de performanţă reprezintă în acelaşi timp o bază concretă şi obiectivă de motivare diferenţiată a resurselor umane din organizaţiile de servicii în funcţie de gradul de realizare a obiectivelor stabilite şi nivelul performanţelor obţinute.

12.2. Productivitatea serviciilor publice.

Ameliorarea productivităţii serviciilor publice este în ultimul deceniu un laitmotiv al dezbaterilor politice. Au fost avansate două explicaţii majore:

• productivitatea s-a degradat în cursul ultimilor ani;

• colectivităţile publice care finanţează aceste servicii publice întâmpină greutăţi din ce în ce mai mari pentru procurarea fondurilor necesare şi în consecinţă, vor să asigure un serviciu constant la un cost mai redus.

Oricare ar fi explicaţia dominantă, domeniul său de aplicaţie este caracterizat de o foarte mare diversitate atât din punct de vedere general, cât şi din punct de vedere al calităţii de funcţionare.

Aşa cum se ştie, anumite servicii echilibrează bugetul lor numai graţie sumelor încasate din tarifele plătite de utilizatori (R.A.D.T., S.N.C.F., P.T.T.), ceilalţi primind în completare subvenţii (muzee, teatre, internate, cantine şcolare şi administraţii). Sumele proprii încasate de către alte servicii provin de la “utilizatori”, aceştia fiind supuşi unei taxe parafiscale a cărei sumă totală este, cu largheţe, independenta de consum (radio şi televiziunea publică). În fine, unii nu au ca venituri pentru sumele încasate decât creditele bugetare, producţia unora este de o calitate foarte omogena (E.D.F., S.N.C.F., salubritate) iar a altora variază sensibil în funcţie de un loc sau altul, de o lună sau alta (învăţâmânt, teatre, televiziune). Dacă se combină cele două noţiuni (modalitate de finanţare şi natura producţiei), se întelege, că definiţia, mărimea şi stabilirea unui

program de îmbunatăţire a productivităţii variază sensibil de la un serviciu public la altul.

12.2.1 Noţiuni generale referitoare la eficienţă şi eficacitate.

Într-o abordare generală, productivitatea unei organizaţii este descrisă de relaţiile care leagă mijloacele de producţie (muncă, echipament, materiale). Se pare că această abordare sumară nu convine pentru aprecierea productivităţii tuturor serviciilor publice. Acest lucru se verifică prin faptul că la nivelul unei organizaţii private, distincţia eficientă/eficacitate (ca relaţie ce determină concepţiile diferitelor ţări componente) este absolută necesară pentru o analiza prealabilă a productivităţii.

Eficienţa compară mijloacele utilizate cu producţia reală, indiferent de satisfacţiile resimţite de utilizator.

O întreprindere privată ce produce un bun privat pur (adică un bun a cărui producţie şi consum sunt însoţite de puţine efecte externe, cum ar fi, spre exemplu, poluarea), nu este interesată decât de o cerere solvabilă, care depinde de satisfacţia cumpărătorului, dar şi de posibilităţile sale financiare şi de urgenţa nevoilor sale. Întreprinderea nu poate realiza decât bunuri cerute la preţul oferit. Eficienţa sa de producţie şi/sau distribuţie este o bună aproximare a productivităţii sale, pentru ca preţul plătit de cumpărător permite realizarea unei legături între produs şi satisfacţie: aceasta din urmă este cel puţin egală cu preţul.

Serviciul public subvenţionat în proporţie de 100% este în situaţie inversă: activitatea sa nu constă în satisfacerea unei cereri solvabile deci, eficienţa nu leagă mijloacele utilizate şi satisfacerea utilizatorilor. În consecinţă, trebuie să se recurgă la un alt concept: **eficacitatea**.

Eficacitatea compara mijloacele utilizate cu satisfacţia utilizatorilor. Poate ea înlocui conceptul de eficienţă pentru aprecierea productivităţii unui serviciu public? Răspunsul la această întrebare poate fi găsit dacă ne referim la productivitate ca la un concept cu mai multe forme, ce combină conceptele de eficienţă şi eficacitate în proporţii variate, în funcţie de punctul de vedere adoptat.

12.2.2 Abordări ale conceptului de productivitate.

“Inginerul”, “economistul” şi “omul politic” sunt gestionari ai serviciului public în măsuri diferite.

Inginerul este persoana a cărei competenţă tehnică este esenţială pentru funcţionarea serviciului (inginer la E.D.F., ministere tehnice,

profesori în învăţământul naţional, doctori, ingineri în spitale etc.). El pune accentul pe calitatea serviciului prestat şi pe randamentul factorilor (eficienţă), aceasta preocupare pentru calitate conducând uneori la o perfecţiune tehnica generatoare de costuri de producţie ridicate.

Economistul cauta să minimizeze costul de producţie pentru un standard de calitate stabilit.

În timp ce inginerul se interesează de eficienţa în termeni fizici sau reali, neglijând preţul plătit pentru un anumit factor şi în particular, pentru munca, economistul defineşte eficienţa în termeni monetari, introducând astfel preţurile relative ale factorilor de producţie.

Omul politic posedă viziunea cea mai largă. El ţine cont de satisfacerea utilizatorilor mai mult decât inginerul şi economistul, acest lucru fiind motivat de faptul că este reprezentantul lor legitim. Dacă îşi asumă şi gestiunea serviciului, el va integra în viziunea sa (viziune ce are un cost pe care unii nu ezită să-l considere exorbitant) bunul mers al serviciilor, climatul social intern, tradiţiile etc. Un astfel de orizont este şi larg şi restrâns, de aceea, omul politic ar trebui să îi liniştească pe cei mai grabiţi, să evite conflictele, să facă astfel încât să găsească un motiv de satisfacţie în deciziile luate.

Noţiunea de productivitate este vagă, chiar secretă, de vreme ce reuşita omului politic trece printr-o certă doza de iluzie. Omul politic doreşte, fără îndoială, o bună productivitate a serviciului public, dar el nu apreciază structura unu indicator precis care ar măsura evoluţia sa şi ar permite să aibă o judecată asupra politicii.

12.2.3 Măsurarea productivităţii serviciilor sociale

Măsurarea productivităţii presupune reţinerea diferitelor concepţii indicate anterior, lucru ce facilitează construirea unui instrument de măsură adecvat: indicatorul.

În literatura de specialitate s-au impus doi indicatori tradiţionali de măsurare a productivităţii serviciilor publice:

- randamentul fizic al unui factor de producţie;
- costul unitar de producţie.

Randamentul fizic al unui factor stabileşte un raport între producţie şi o unitate de timp oarecare. Factorul reţinut poate fi orice factor important pentru funcţionarea serviciului, dar cel mai des întâlnit este munca.

În practică, randamentul muncii unui angajat se determină masurând timpul care este necesar pentru realizarea muncii sale, o diminuare a acestuia la o calitate constantă a serviciului ducând la ameliorarea productivităţii.

Aceste măsurări stau adesea la originea normelor de realizat stabilite ştiinţific. Pornindu-se de la observaţii numeroase şi justificate, ele vor defini o durată standard. Totuşi, randamentul fizic al unui factor nu este calculabil decât dacă calitatea, producţia este bine verificată şi dacă munca se repetă de un număr suficient de ori.

Cu siguranţă, calculul randamentului salariaţilor este efectuat în alte circumstante decât cele din definiţia de mai sus. Trebuie însă precizat că utilizarea lui ca normă nu trebuie individualizată.

Astfel, Ministerul Educaţiei, Cercetării şi Tineretului calculează productivitatea profesorilor din învăţământul liceal, raportând, spre exemplu, numărul elevilor la cel al cadrelor didactice. Acest calcul favorizează obţinerea unui indice mediu de productivitate, dacă un profesor este în mod clar deasupra sau sub normă, un astfel de rezultat nu îi poate fi imputat pentru ca acest raport nu ţine de responsabilitatea sa. Aceasta normă trebuie să fie considerată ca un simplu instrument de gestiune: acelaşi lucru se întâmplă şi cu costul unitar.
Costul unitar se exprimă ca raport între costul total şi numărul de unităţi produse. El este mai complet decât orice indice de randament pentru că ia în considerare toţi factorii de producţie, ba chiar încorporează şi costul de achiziţie al fiecărui factor. În acest mod se poate măsura costul mediu al unui an de studiu pentru un licean.

Utilizarea costului unitar presupune o omogenitate a produsului. Dacă producţia este diversificată, se poate calcula costul unitar al fiecărui produs, repartizând convenabil cheltuielile comune.

O astfel de repartizare este cu atât mai convenabilă cu cât diversele produse fabricate sunt de calitate mai omogenă. În caz contrar, împărţirea pe produse omogene şi soluţia de repartiţie riscă să fie arbitrare.

12.3 Momentul de referinţă al actualizării la momentul punerii în funcţiune (P)

Se calculează indicatorii:

1. I_{TA} (investiţia totală actualizată în punctual N),

2. P_{TA} (profitul total actualizat în punctual N),

3. R_A (randamentul economic actualizat).

$$R_A = \frac{P_{NA}}{I_{TA}} = \frac{P_{TA}}{I_{TA}} - 1$$

4. T_A (termenul de recuperare actualizat)

$$T_A = \frac{I_{TA}}{P_H}$$

5. Pierderea de profit $P_P = I_{TA}^{P} - I_T$

6. Pierderea specifică de profit

$$P_P = \frac{\sum_{H=O}^{D-1}(1+A)^H I_H - I_T}{I_T}$$

Vom folosi diagrama geometrică pentru investiţii, pentru a înţelege şi a utilize relaţia dintre ciclul de viaţă al proiectului şi calculele de investiţii:

M G N D P F D T I P

FIG. 13.1. ACTUALIZAREA LA MOMENTUL PUNERII ÎN FUNCŢIUNE (P)

Vom avea următorii indicatori:

Investiţia totală actualizată în punctual N (I_{TA}P)

$$I_{TA}^{P} = \sum_{H=O}^{D-1} (1+A)^{H} I_{H}$$

Profitul net actualizat în punctul P (P_{TA}^{P})

$$P_{TA}^{P} = \sum_{H=1}^{D} \frac{1}{(1+A^{H}} P_{H}$$

Dacă profitul anual este constant:

$$P_{TA}^{P} = P_{H}\ \frac{(1+A)^{P}-1}{A(1+A)^{D}}$$

Randamentul economic actualizat în punctual P:

$$R_{A}^{P} = \frac{I_{TA}^{P}}{P_{TA}^{P}} - 1 = \frac{\sum_{H=0}^{D-1}(1+A)^{H} I_{H}}{P_{H} \cdot \frac{(1+A)^{D}-1}{A(1+A)^{D}}}$$

Termenul actualizat de recuperare (T_{A}^{P})

$$I_{TA}^{P} = \sum_{H=1}^{T_{A}^{P}} \frac{1}{(1+A)^{H}} P_{H} = P_{H} \cdot \frac{(1+A)^{D}-1}{A(1+A)^{D}}$$

$$T = \frac{\log P_{H} - \log(P_{H} - A \cdot I_{TA}{}^{P})}{\log(1+A)}$$

Pierderea de profit (P_{P})

$$P_P = I_{TA}^{P} - I_T = \sum_{H=0}^{D-1}(1+A)^H I_H - I_T$$

Pierderea specifică de profit (P_P)

- Pierderea de profit ce revine la 1 leu investit (P_P)
-

$$P_P = \frac{\sum_{H=0}^{D-1}(1+A)^H I_H - I_T}{I_T}$$

- Pierderea de profit ce revine la o unitate de capacitate (P'_P)

$$P'_P = \frac{\sum_{H=0}^{D-1}(1+A)^H I_H - I_T}{Q_{HT}}$$

- Pierderea de profit ce revine la 1 leu producţie (P''_P)

$$P''_P = \frac{\sum_{H=0}^{D-1}(1+A)^H I_H - I_T}{Q_T}$$

Actualizarea la momentul începerii restituirii creditelor primite (U). Reprezentarea grafică-geometrică pentru această etapă este:

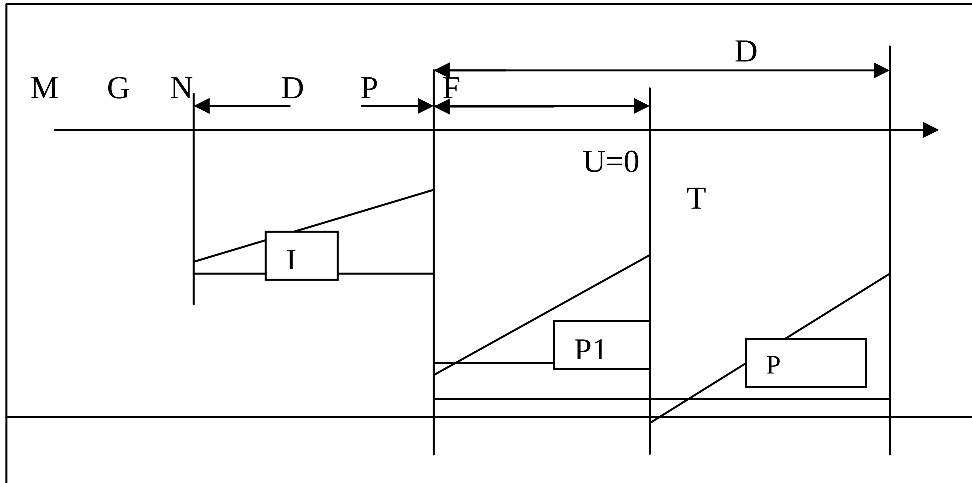


FIG. 13.2. ACTUALIZAREA LA MOMENTUL ÎNCEPERII RESTITUIRII CREDITELOR PRIMITE (U)

Investiţiile toate actualizate în punctul (I_{TA}^{U})

$$I_{TA}^{U} = \sum_{H=0}^{D+F-1} (1+A)^{H} I_{H}$$

$$I_{TA}^{U} = \sum_{H=0}^{D+F-1} (1+A)^{H} I_{H} - \sum_{H=0}^{F-1} (1+A)^{H} I_{H} = \sum_{H=F}^{D+F-1} (1+A)^{H} I_{H}$$

Profitul total actualizat în punctual (P_{TA}^{U})

$$P_{TA}^{U} = P_1 + P_2$$

$$P_1 = \sum_{H=0}^{F-1} (1+A)^{H} \; P_{H}$$

$$P_2 = \sum_{H=1}^{D-F} \frac{1}{(1+A)^{H}} P_{H}$$

$$P^U{}_{TA} =$$

$$\sum_{H=0}^{F-1}(1+A)^H P_H + \sum_{H=1}^{D-F}\frac{1}{(1+A)^H}P_H = P_H \cdot \frac{(1+A)^F - 1}{A} \cdot \frac{(1+A)^{D-F} - 1}{A(1+A)^{D-F}}$$

Randamentul economic actualizat în punctual U ($R_A{}^U$)

$$R_A{}^U = \frac{P_{TA}^U}{I_{TA}^U} - 1$$

$$R_A{}^U = \frac{P_H \cdot \frac{(1+A)^F - 1}{A} \cdot \frac{(1+A)^{D-F} - 1}{A(1+A)^{D-F}}}{\sum_{H=F}^{D+F-1}(1+A)^H I_H} - 1$$

Termenul actualizat de recuperare a investiţiilor ($T_A{}^U$)

Avem două situaţii:

1. Termenul de recuperare este mai mic decât momentul începerii restituirii creditelor ($T_A{}^U$‹ F) şi

2. Termenul de recuperare este mai mare decât momentul începerii restituirii creditelor ($T_A{}^U$› F)

În prima situaţie, relaţia de calcul este:

$$I_{TA}{}^U = P_H (1+A)^F \frac{(1+A)^{T_A^U} - 1}{A(1+A)^{T_A^U}}$$

$$T_A{}^U = \frac{\log P_H (1+A)^F - \log(P_H (1+A)^F - AI^F{}_{TA}}{\log(1+A)}$$

Iar pentru situaţia a doua:

$$I_{TA}^{U} = P_H \frac{(1+A)^F - 1}{A} \cdot \frac{(1+A)^{T_{A-F}^{U}} - 1}{A(1+A)_{T_{A-F}^{U}}}$$

Din care se află T prin logaritmare.

Actualizarea la momentul scoaterii din funcţiune a obiectului proiectului (V).

Reprezentarea geometrică a investiţiilor având ca nivel de referinţă momentul V este reprezentată în figura următoare:

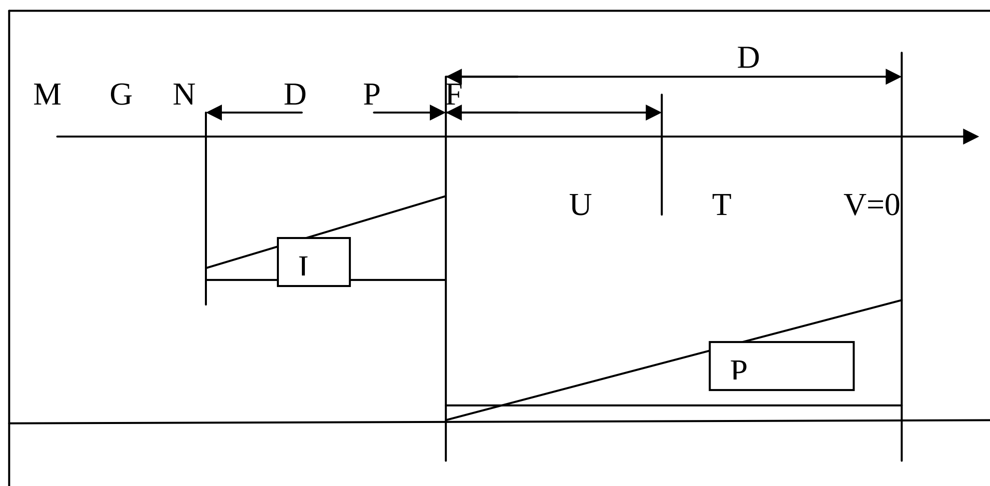


FIG. 13.3. ACTUALIZAREA LA MOMENTUL SCOATERII DIN FUNCŢIUNE

Investiţiile totale actualizate în punctual V (I_{TA}^{V})

$$I_{TA}^{V} = \sum_{H=0}^{d+D-1}(1+A)^{H} I_H - \sum_{H=0}^{D-1}(1+A)^{H} I_H = \sum_{H=D}^{d+D-1}(1+A)^{H} I_H$$

Profitul total actualizat în punctual V (P_{TU}^{V})

$$P_{TU}^{U} = \sum_{H=0}^{D-1}(1+A)_{H} P_H \cdot (1+A)^{D} S = P_H \cdot (1+A)^{D} \cdot \frac{(1+A)^{D}-1}{A(1+A)_{D}}$$

sau,

$$P_{TA}^{V} = P_H \frac{(1+A)^{D}-1}{A}$$

Randamentul economic actualizat (R_A^{V})

$$R_A^{V} = \frac{P_{TA}^{V}}{I_{TA}^{V}} - 1$$

$$R_A^{V} = \frac{P_H \cdot (1+A)^{D} \cdot \frac{(1+A)^{D}-1}{A(1+A)^{D}}}{\sum_{H=D}^{d+D-1}(1+A)^{H} I_H} - 1$$

Termenul actualizat de recuperare a investiţiilor (T)

$$I_{TA}^{P} = \sum_{H=D-T_A^{V}}^{D-1}(1+A)^{H} P_H = P_H (1+A)^{D} \sum_{H=1}^{T_A^{V}} \frac{1}{(1+A)^{H}}$$

Se logaritmează şi se determină T din relaţie. Aşa cum am procedat şi în cazurile anterioare.

CAPITOLUL 13

13. DIMENSIUNILE SERVICIILOR INTREDEPENDENTE ŞI TENDINŢE IN EVOLUŢIA ACESTORA

MODUL DE CARACTERIZARE AL DIMENSIUNII ŞI EVOLUŢIA SECTORULUI DE SERVICII SE REALIZEAZĂ CU AJUTORUL UNOR INDICATORI.

DATORITĂ NUMĂRULUI FOARTE MARE DE RAMURI ALE ECONOMIEI CUPRINS IN SFERA SERVICILOR, MODUL DE UTILIZARE AL INDICATORILOR ESTE LIMITAT.

EXISTĂ O SERIE DE INDICATORI CONSIDERAŢI MAI EXPRESIVI IN CEEA CE PRIVEŞTE CARACTERIZAREA DIMENSIUNILOR ŞI EVOLUŢIA ACESTUI SECTOR.

A. **POPULAŢIA OCUPATĂ** (PONDEREA POPULAŢIEI OCUPATE IN SECTORUL SERVICIILOR FAŢĂ DE TOTALUL POULAŢIEI).

ACEST INDICATOR REALIZEAZĂ O ANALIZĂ DINAMICĂ A EVOLUŢIEI ŞI DISTRIBUŢIEI PE SECTOARE A POPULAŢIEI, TENDINŢA ESTE DE CREŞTERE DE LA AN LA AN;

B. **PARTICIPAREA SERVICIILOR LA CREAREA P.I.B.** (PONDEREA SERVICIILOR ÎN P.I.B.)

CU AJUTORUL ACESTUI INDICATOR SE POT CARACTERIZA DIMENSIUNILE GLOBALE ALE SECTORULUI SERVICIILOR.

PROPORŢIA PARTICIPĂRII SERVICIIOR LA REALIZARE A P.I.B.-ULUI REFLECTĂ POTENŢIALUL, STRUCTURA ŞI CARACTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMIEI ŞI TOTODATĂ DOVEDEŞTE EFICIENŢA INALTĂ A ACTIVITĂŢIILOR DESFĂŞURATE ÎN ACEST SECTOR.

C. **MĂRIMEA FONDURILOR FIXE EXISTENTE** ACEST INDICATOR ASIGURĂ O EVALUARE GLOBALĂ A DIMENSIUNILOR SECTORULUI, CA EXPRESIE A RESURSELOR MATERIALE, ANGAJATE, PRECUM ŞI RAPORTUL ACESTORA CU CELE DIN ALTE SECTOARE.

ÎNTERDEPENDENŢA DINTRE SERVICII ŞI CELELALTE SECTOARE SE REGĂSEŞTE LA TOAE NIVELURILE, IAR DEZVOLTARE A SERVICILOR ESTE INFLUENŢATĂ ŞI INFLUENŢEAZĂ LA RÂNDUL EI PROGRESUL ŞI EFICIENŢA ACTIVITĂŢILOR DESFĂŞURATE ÎN CELELALTE SECTOARE.

EXISTĂ ASTFEL UN SISTEM DE LEGĂTURI CE SE STRUCTUREAZĂ PE 2 DIRECŢII PRINCIPALE ŞI ANUME:

1- IMPACTUL SERVICIILOR ASUPRA OMULUI CU NEVOILE SALE;
2- IMPACTUL SERVICIILOR IN PROCESUL DE PRODUCŢIE PROPRIU-ZISĂ.

ASTFEL SERVICIILE SALE AFLAT INTR-UN RAPORT ORGANIC CU PRODUCŢIA MATERIALĂ, ELE EXERCITÎNDU-SE ÎN INTERIORUL INTREPRINDERII ŞI INTR-UN RAPORT FUNCŢIONAL ÎNTRE OAMENI ŞI ÎNTREPRINDERI.

ASTFEL SERVICIILE REPREZINTĂ O CAUZĂ ŞI UN EFECT ALE INDUSTRIALIZĂRII, AL CREŞTERII ŞI MODERNIZĂRII PRODUCŢIEI.

SERVICIILE SUNT IMPLICATE ŞI ÎN SATISFACEREA NEVOILOR DE CONSUM ALE POPULAŢIEI.

SATISFACEREA ACESTOR NEVOI ŞI TREBUINŢE PRESUPUNE DEZVOLTAREA ACESTOR SERVICII STRICT LEGATE DE ACTICVITATEA UMANĂ, DAR ŞI A SERVICIIOR ADIACENTE (CURĂŢENIE, TRANSPORT, GOSPODĂRIREA LOCALITĂŢIILOR, SPĂLĂTORIE, CURĂŢĂTORIE ETC.)

CA URMARE TREBUIE EVIDENŢIAT FAPTUL CĂ DEZVOLTAREA SERVICIILOR SE PRODUCE SUB IMPACTUL REVOLUŢIEI TEHNICO-ŞTIINTIFICE.

ASTFEL SE ARGUMENTEAZĂ IDEEA INTEGRĂRII ŞI INTERACŢIONĂRII SECTORULUI SERVICIILOR CU ANSAMBLUL ECONOMIC ŞI SOCIAL.

IN PREZENT SERVICILE SUNT CONSIDERATE UN FACTOR DE PROGRES ŞI DE STIMULARE A CREŞTERII ECONOMICE. ÎN TARILE FOARTE DEZVOLTATE ACESTE SERVICII SE SUBSTITUIE INDUSTRIEI AVÂND ROLUL DE MOTOR AL DEZVOLTĂRII SOCIALE.

IN FUNCŢIE DE CONŢINUTUL LOR ŞI DE ACORDUL LOR LA CREŞTEREA ECONOMICĂ SERVICILE SUNT IMPĂRŢITE ÎN DOUĂ CATEGORII:

A) SERVICII CU PRESTAŢIE INTENSIVĂ ÎN MUNCĂ (ACESTE SERVICII PRESUPUN UN VOLUM MARE DE MUNCĂ MANUALĂ).

B) SERVICII CU PRESTAŢIE INTENSIVĂ ÎN INTELIGENŢĂ.

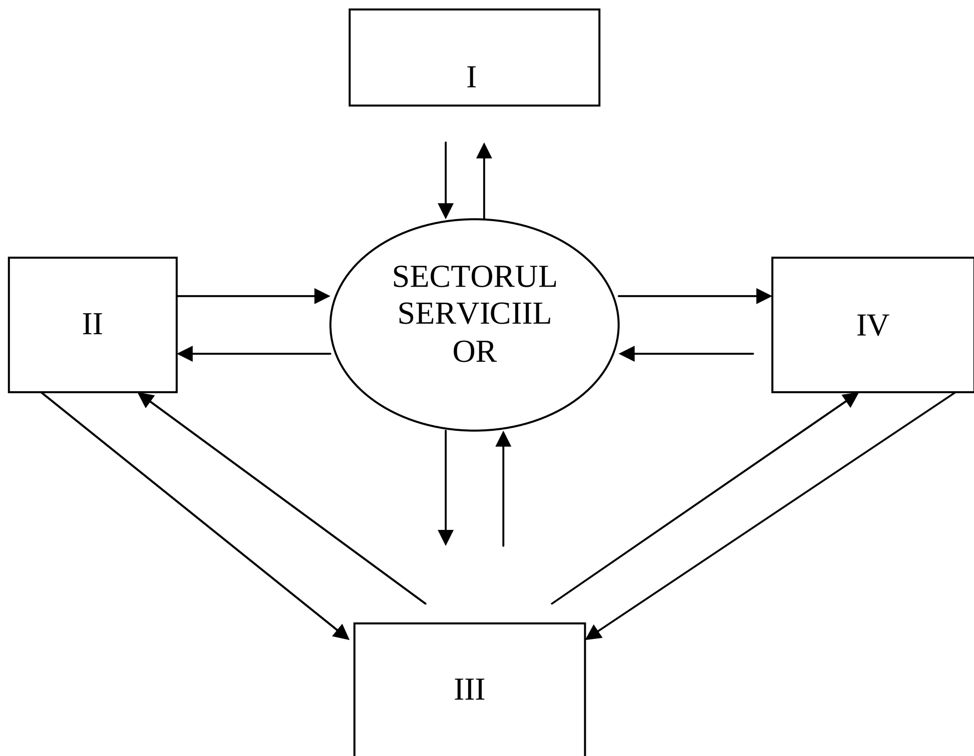
DE ACEEA ESTE GREU DE CUANIFICAT EFORTUL PRESTATORILOR DE SERVICII.

DE ACEA MAREA MAJORITATE A SERVICILOR SUNT SPRIJINITE PRIN ACORDAREA DE SUBVENŢII, REDUCERE DE TAXE ETC.

ROLUL SERVICIILOR ÎN ECONOMIE POATE FI ARGUMENTAT ŞI PRIN CONTRIBUŢIILE ACESTORA LA VALORIFICAREA SUPERIOARĂ A RESURSELOR NATURAL-MATERIALE.

SERVICIILE CONTRIBUIE DE ASEMENEA LA CONSERVAREA BUNURILOR MATERIALE, LA SPORIREA VALORILOR DE INTREBUINŢARE, LA RIDICAREA RANDAMENTULUI DE CONSUM ETC.

DE ACEEA SERVICIILE CONTRIBUIE LA SPORIREA EFICIENŢEI INTREGII ACTIVITĂŢI DESFĂŞURATE ÎN ECONOMIE.



SISTEMUL DE INTERDEPENDENŢĂ DINTRE SECTOARELE SERVICIILOR ŞI CELELALTE DOMENII DE ACTIVITATE :

1. REVOLUŢIA TEHNICO-ŞTIINŢIFICĂ
2. NEVOILE PRODUCŢIEI
3. MEDIUL INCONJURĂTOR
4. NEVOILE POPULAŢIEI.

DIMENSIUNILE SERVICIILOR. INTREDEPENDENTE ŞI TENDINŢE ÎN EVOLUŢIA ACESTORA.

MODUL DE CARACTERIZARE AL DIMENSIUNII ŞI EVOLUŢIA SECTORULUI DE SERVICII SE REALIZEAZĂ CU AJUTORUL UNOR INDICATORI.

DATORITĂ NUMĂRULUI FOARTE MARE DE RAMURI ALE ECONOMIEI CUPRINS IN SFERA SERVICILOR, MODUL DE UTILIZARE AL INDICATORILOR ESTE LIMITAT. EXISTĂ O SERIE DE INDICATORI CONSIDERAŢI MAI EXPRESIVI ÎN CEEA CE PRIVEŞTE CARACTERIZAREA DIMENSIUNILOR ŞI EVOLUŢIA ACESTUI SECTOR.

D. **POPULAŢIA OCUPATĂ** (PONDEREA POPULAŢIEI OCUPATE ÎN SECTORUL SERVICIILOR FAŢĂ DE TOTALUL POULAŢIEI).

ACEST INDICATOR REALIZEAZĂ O ANALIZĂ DINAMICĂ A EVOLUŢIEI ŞI DISTRIBUŢIEI PE SECTOARE A POPULAŢIEI, TENDINŢA ESTE DE CREŞTERE DE LA AN LA AN.

E. **PARTICIPAREA SERVICIILOR LA CREAREA P.I.B.** (PONDEREA SERVICIILOR IN P.I.B.)

CU AJUTORUL ACESTUI INDICATOR SE POT CARACTERIZA DIMENSIUNILE GLOBALE ALE SECTORULUI SERVICIILOR.

PROPORŢIA PARTICIPĂRII SERVICIIOR LA REALIZARE A P.I.B.-ULUI REFLECTĂ POTENŢIALUL, STRUCTURA ŞI CARACTERUL DEZVOLTĂRII ECONOMIEI ŞI TOTODATA DOVEDEŞTE EFICIENŢA ÎNALTĂ A ACTIVITĂŢIILOR DESFĂŞURATE ÎN ACEST SECTOR.

F. **MĂRIMEA FONDURILOR FIXE EXISTENTE.** ACEST INDICATOR ASIGURĂ O EVALUARE GLOBALĂ A DIMENSIUNILOR SECTORULUI, CA EXPRESIE A RESURSELOR MATERIALE, ANGAJATE, PRECUM ŞI RAPORTUL ACESTORA CU CELE DIN ALTE SECTOARE.

ÎNTERDEPENDENŢA DINTRE SERVICII ŞI CELELALTE SECTOARE SE REGĂSEŞTE LA TOAE NIVELURILE, IAR DEZVOLTAREA SERVICILOR ESTE INFLUENŢATĂ ŞI INFLUENTEAZĂ LA RÂNDUL EI PROGRESUL ŞI EFICIENŢA ACTIVITĂŢILOR DESFĂŞURATE ÎN CELELALTE SECTOARE.

EXISTĂ ASTFEL UN SISTEM DE LEGĂTURI CE SE STRUCTUREAZĂ PE 2 DIRECŢII PRINCIPALE ŞI ANUME:

1. IMPACTUL SERVICIILOR ASUPRA OMULUI CU NEVOILE SALE;
2. IMPACTUL SERVICIILOR ÎN PROCESUL DE PRODUCŢIE PROPRIU-ZISĂ.

ASTFEL SERVICIILE SALE SE AFLĂ ÎNTR-UN RAPORT ORGANIC CU PRODUCŢIA MATERIALĂ, ELE EXERCITÂNDU-SE

ÎN INTERIORUL INTREPRINDERII ŞI ÎNTR-UN RAPORT FUNCŢIONAL ÎNTRE OAMENI ŞI ÎNTREPRINDERI.

ASTFEL SERVICIILE REPREZINTĂ O CAUZĂ ŞI UN EFECT ALE INDUSTRIALIZĂRII, AL CREŞTERII ŞI MODERNIZĂRII PRODUCŢIEI.

SERVICIILE SUNT IMPLICATE ŞI ÎN SATISFACEREA NEVOILOR DE CONSUM ALE POPULAŢIEI.

SATISFACEREA ACESTOR NEVOI ŞI TREBUINŢE PRESUPUNE DEZVOLTAREA ACESTOR SERVICII STRICT LEGATE DE ACTICVITATEA UMANĂ, DAR ŞI A SERVICIIOR ADIACENTE (CURĂŢENIE, TRANSPORT, GOSPODĂRIREA LOCALITĂŢILOR, SPĂLĂTORIE, CURĂŢĂTORIE ETC.)

CA URMARE TREBUIE EVIDENŢIAT FAPTUL CĂ DEZVOLTAREA SERVICIILOR SE PRODUCE SUB IMPACTUL REVOLUŢIEI TEHNICO-ŞTIINŢIFICE.

ACESTA ARGUMENTEAZĂ IDEEA INTEGRĂRII ŞI INTERACŢIONĂRII SECTORULUI SERVICIILOR CU ANSAMBLUL ECONOMIC ŞI SOCIAL.

ÎN PREZENT SEREVICILE SUNT CONSIDERATE UN FACTOR DE PROGRES ŞDE STIMULARE A CREŞTERII ECONOMICE. ÎN ŢĂRILE FOARTE DEZVOLTATE ACESTE SERVICII SE SUBSTITUIE INDUSTRIEI AVÂND ROLUL DE MOTOR AL DEZVOLTĂRII SOCIALE.

ÎN FUNCŢIE DE CONŢINUTUL LOR ŞI DE ACORDUL LOR LA CREŞTEREA ECONOMICĂ SERVICILE SUNT IMPĂRŢITE ÎN DOUĂ CATREGORII:

- SERVICII CU PRESTAŢIE INTENSIVĂ ÎN MUNCĂ (ACESTE SERVICII PRESUPUN UN VOLUM MARE DE MUNCĂ MANUALĂ).
- SERVICII CU PRESTAŢIE INTENSIVĂ ÎN INTELIGENŢĂ.

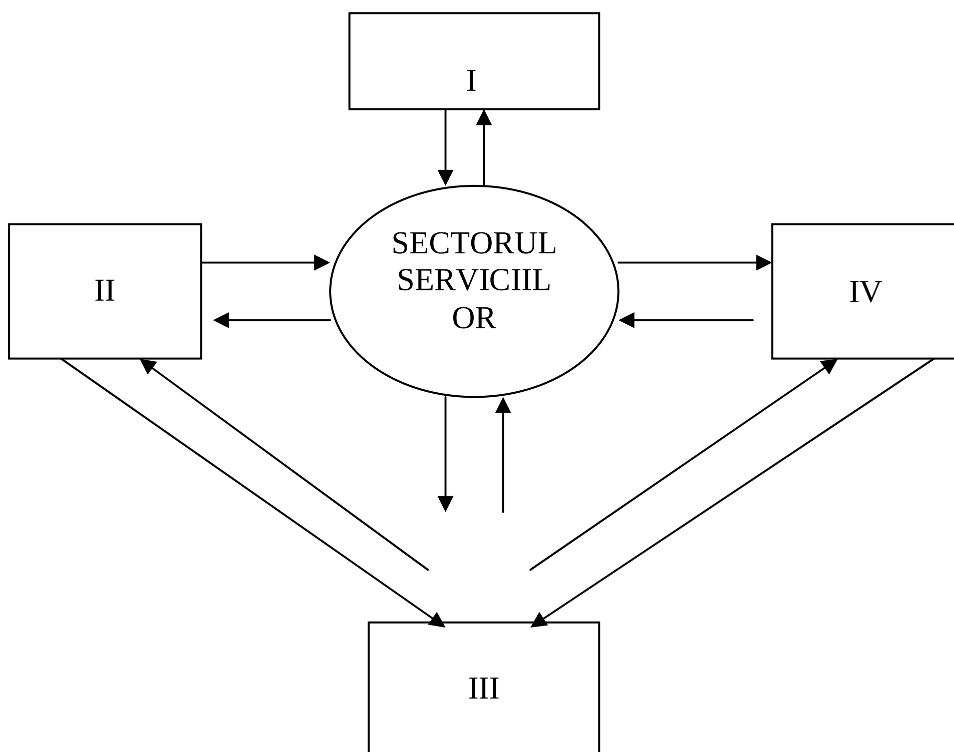
DE ACEEA ESTE GREU DE CUANIFICAT EFORTUL PRESTATORILOR DE SERVICII.

DE ACEA MAREA MAJORITATE A SERVICILOR SUNT SPRIJINITE PRIN ACORDAREA DE SUBVENŢII, REDUCERE DE TAXE ETC.

ROLUL SERVICIILOR ÎN ECONOMIE POATE FI ARGUMENTAT ŞI PRIN CONTRIBUŢIILE ACESTORA LA VALORIFICAREA SUPERIOARĂ A RESURSELOR NATURAL-MATERIALE.

SERVICIILE CONTRIBUIE DE ASEMENEA LA CONSERVAREA BUNURILOR MATERIALE, LA SPORIREA VALORILOR DE ÎNTREBUINŢARE, LA RIDICAREA RANDAMENTULUI DE CONSUM ETC.

DE ACEEA SERVICIILE CONTRIBUIE LA SPORIREA EFICIENŢEI ÎNTREGII ACTIVITĂŢI DESFĂŞURATE ÎN ECONOMIE.



SISTEMUL DE INTERDEPENDENTA DINTRE SECTOARELE SERVICIILOR SI

CELELALTE DOMENII DE ACTIVITATE:

- REVOLUŢIA TEHNICO-ŞTIINŢIFICĂ,
- NEVOILE PRODUCŢIEI,
- MEDIUL INCONJURĂTOR,
- NEVOILE POPULAŢIEI.

TARIFE PENTRU SERVICII.

1. TARIFUL REPREZINTĂ DENUMIREA UZUALĂ PRIN CARE SERVICIILE SUNT ACHIZIŢIONATE. ÎN AFARĂ DE TARIFE MAI EXISTĂ ŞI ALTE DENUMIRI UTILIZATE PENTRU A DESEMNA PREŢUL PE CARE UN CUMPARĂTOR ÎL OFRERĂ PENTRU SERVICIUL PRESTAT:

- PREŢ PENTRU SERVICIILE DE ALIMENTAŢIE PUBLICĂ;
- TAXĂ PENTRU SERVICIILE A CĂROR VALOARE INTRA ÎN COMPETENŢA DE STABILIRE A ORGANELOR FINANCIARE.

TAXA ARE UN CARACTER FISCAL ŞI SE VARSĂ LA BUGETUL STATULUI.

2. REDEVENŢA REPREZINTĂ CONTRAVALUAREA SERVICIILOR LEGATE DE ACHIZIŢIONAREA UNOR LICENŢE, FRANCIZE ETC., PLATA FACANDU-SE DE REGULĂ SUB FORMA UNEI COTE PROCENTUALE DIN CIFRA DE AFACERI OBŢINUTĂ.

ÎN CADRUL ECONOMIEI DE PIAŢĂ TARIFELE SERVICIILOR CA ŞI PREŢURILE BUNURILOR SUNT STABILITE LIBER ÎNTRE VÂNZĂTOR ŞI CUMPĂRĂTOR.

ASTFEL DIN PUNCT DE VEDERE AL VÂNZĂTORULUI DECIZIA DE STABILIRE TREBUIE SĂ ŢINĂ SEAMA ŞI DE CHELTUIELILE PRILEJUITE DE PRODUCŢIE ŞI COMERCIALIZARE, TAXELE ŞI COTELE DE IMPUNERE CE TREBUIESC ACOPERITE, PRECUM ŞI MARJELE DE PROFIT ALE ACESTUIA.

ÎN AFARA ACESTOR ELEMENTE MAI EXISTĂ ŞI ALŢI FACTORI CARE INFLUENTEAZĂ ACEASTĂ DECIZIE ŞI ANUME:

- PREŢURILE PRACTICATE DE CONCURENŢĂ;
- RAPORTUL DINTRE CERERE ŞI OFERTĂ.

DIN PUNCT DE VEDERE AL CUMPĂRĂTORULUI TARIFUL ESTE APRECIAT, ACCEPTAT ŞI IN FUNCŢIE DE UTILITATEA ŞI CALITATEA SERVICIULUI, VENITURIULE ACESTUIA, COMPARAŢIA CU PREŢUL BUNURILOR CARE CONCUREAZĂ SAU SUBSTITUIE SERVICIUL RESPECTIV ŞI NU ÎN ULTIMUL RÂND EFORTUL DE A ŞI-L FACE SINGUR.

ÎN AFARĂ DE ACESTE ELEMENTE ÎN PRACTICĂ GĂSIREA UNUI NIVEL AL TARIFULUI ACCEPTABIL PENTRU AMBELE PĂRŢI ŞI CARE SĂ PERMITĂ O EVENTUALA ECHILIBRARE A

CERERII CONSUMATORILOR CU OFERTA PRODUCĂTORILOR REPREZINTĂ O PROBLEMĂ DE CĂUTARE CARE CEL MAI ADESEA SE TRADUCE PRIN TIMP ŞI CHIAR CHELTUIELI.

UN PUNCT DE PLECARE IN GĂSIREA TARIFULUI DE ECHILIBRU ÎL REPREZINTĂ METODA MARJEI DE PROFIT ADAUGATĂ LA COSTURI.

METODA CONSTĂ ÎN STABILIREA SAU CALCULAREA UNUI TARIF PLECÂND DE LA COSTURIULE UNITARE INCLUSIV TAXELE ŞI IMPOZITILE LA CARE SE ADAUGĂ O MARJĂ DE PROFIT. LA PRETUL ASTFEL STABILIT SE ADAUGĂ TVA-UL CORESPUNZĂTOR.

TOTUŞI ASCEASTĂ METODĂ NU RĂSPUNDE ÎNTREBĂRII: '*CÂT DE MARE TREBUIE SĂ FIE MARJA DE PROFIT?*'

O METODĂ CARE POATE OFERI UN RĂSPUNS LA ACEASTĂ INTREBARE POARTĂ NUMELE DE *METODA VENITULUI SI COSTULUI MARGINAL.*

REGULA DE BAZĂ A ACESTEI METODE PENTRU AŞ MAXIMIZA PROFITUL ESTE DE A FIXA TARIFUL LA UN NIVEL CARE PERMITE VÂNZAREA TUTUROR PRODUSELOR, SERVICIILOR PENTRU VENITUL MARGINAL SE ASTEAPTĂ SĂ FIE EGAL CU COSTUL MARGINAL.

VENITUL MARRGINAL REPREZINTĂ VENITUL SUPLIMENTAR CE SE AŞTEAPTĂ A FI OBŢINUT DIN VÂNZAREA UNEI CANTITĂŢI DE SERVICII IN PLUS FAŢĂ DE AŞTEPTĂRI.

COSTUL MARGINAL ESTE COSTUL SUPLIMENTAR PE CARE VÂNZĂTORUL ÎL SUPORTĂ PENTRU A PUTEA REALIZA CERŞTEREA RESPECTIVĂ A CANTITĂŢI DE PRODUSE SAU SERCVICII.

IN PRACTICA PENTRU A PUTEA ŢINE SEAMA ŞI DE ANUMITE PARTICULARITĂŢI LA CERERII ŞI OFERTEI, SE FOLOSEŞTE METODA DIFERENŢIERII TARIFELOR PENTRU ACELAŞI TIP DE SERVICII, *SERVICII COMPLEMENTARE* SAU *SERVICII SIMILARE* ASTFEL DIFERENŢIEREA TARIFELOR SE FACE ÎN FUNCŢIE DE VARIAŢIA CERERII ÎN TIMP. TARIFE MAI MARI CÂND CEREREA ESTE MAI MARE ŞI MAI MICI ATUNCI CÂND CEREREA ESTE MAI MICĂ ÎN SCOPUL DE A O STIMULA.

ACESTE DIFERENŢIERI AU LOC CEL MAI ADESEA ÎN FUNCŢIE DE TIMP, ÎN FUNCŢIE DE SEZON ETC.

UN ALT CRITERIU DE DIFERENŢIERE ÎL REPREZINTĂ DESTINATARUL SERVICIULUI, CRITERIUL AVÂND DREPT SCOP MAI ALES PROTECŢIA SOCIALA: TARIFE SPECIALE PENTRU TRANSPORT ÎN COMUN, APĂ, CĂLDURĂ, ENERGIE ELECTRICĂ, ETC.

UN ALT CRITERIU ÎL REPREZINTĂ FRECVENŢA CERERII ŞI MOTIVAŢIA ACESTEIA.

DIFERENŢIEREA SE MAI POATE FACE ŞI ÎN FUNCŢIE DE:

- EXECUTAREA UNOR LUCRĂRI ÎN REGIM DE URGENŢĂ;
- CATEGORIA UNITĂŢII PRESTATOARE;
- CANTITATEA SERVICIILOR CUMPĂRATE, ETC.

CREŞTEREA VENITURILOR ŞI A TIMPULUI LIBER INFLUENŢEAZĂ ÎN ACELAŞI SENS CEREREA PENTRU SERVICII. TOTUŞI PE MĂSURA CREŞTERII VENITURILOR SE CONSTATĂ O SCĂDERE A TIMPULUI LIBER, DAR CEREREA PENTRU SERVICII CREŞTE. PENTRU CEI CARE AU VENITURI MAI MICI ŞI TIMP LIBER MAI MARE CEREREA PENTRU SERVICII ESTE MAI SCĂZUTĂ.

3) TARIFELE

PENTRU CELE MAI MULTE SERVICII CREŞTEREA TARIFELOR ARE O IMFLUENŢĂ NEGATIVĂ ASUPRA CEREREII. EXISTĂ ÎNSĂ ŞI CAZURI ÎN CARE REDUCEREA TARIFELOR CONDUCE LA O SCĂDERE A CERERII DEOARECE CLIENŢII ASOCIAZĂ ACESTE LUCRURI CU O SCĂDERE A CALITĂŢII .

4) OFERTA DE SERVICII – APARIŢIA DE SERVICII INDUCE CONSUMATORILOR DORINŢA DE A APELA LA SERVICIILE RESPECTIVE, IAR DIVERSIFICAREA OFERTEI OFERĂ CUMPĂRĂTORILOR ALEGEREA SERVICIULUI CEL MAI CONVENABIL.

6) CONCURENŢA DINTRE BUNURI ŞI SERVICII A CONDUS LA APARIŢIA UNOR SERVICII TIP BRICOLAJ, SELF-SERVICE.

8) CREŞTEREA COMPLEXITĂŢII VIEŢII.

A. CREŞTEREA COMPLEXITĂŢII ŞTIINŢIFICE ŞI TEHNICE INTERNE, A PROCESELOR DE PRODUCŢIE, A SERVOICIILOR ŞI BUNURILOR – CREŞTREREA COMPLEXITĂŢII SUPORTURILOR MATERIALE (MAŞINI ŞI UTILAJE).

B. CREŞTEREA COMPLEXITĂŢII SISTEMELOR DE PRODUCŢIE, CREŞTEREA GRADULUI DE FLEXIBILITATE ŞI A MAŞINILOR, UTILAJELOR.

C. CREŞTEREA VENITURILOR ŞI DIVERSIFICAREA CHELTUIELILOR DE CONSUM ALE POPULAŢIEI;

D. LIBERALIZAREA COMERŢULUI CU BUNURI;

E. PROGRESUL ŞTIINŢIFIC ŞI TEHNIC.

F. EXPANSIUNEA ACTIVITĂŢIILOR COMPANIILOR MULTINAŢIONALE.

G. STRATEGIILE DE SUBSTITUIRE ŞI INDUSTIALIZARE A IMPORTURILOR ŞI ŢĂRILE ÎN CURS DE DEZVOLTARE.

H. CREŞTEREA FLUXURILOR INTERNAŢIONALE DE SERVICII BANCARE, FINANCIARE, INFORMAŢIONALE, DE ASIGURARI ETC.

I. DIVERSIFICAREA ACTIVITĂŢILOR DE PETRECERE A TIMPULUI LIBER ETC.

PRINCIPALELE METODE DE STUDIERE A CERERII PENTRU SERVICII SUNT:

- METODE DE STUDIERE A CERERI PE PIAŢĂ INTERNA: CERCETĂRI SUBIECTIVE, METODE DIRECTE ŞI INDIRECTE DE EVALUARE;
- METODE DE CERCETARE A CERERII PE PIAŢĂ MONDIALĂ:
- METODE DIRECTE, INDIRECTE, CERCETĂRI DIRECTE, BAZE DE DATE INTERNE, BAZE DE DATE EXTERNE;
- METODE DE CORELAŢIE, DE PREVIZIUNE ETC.

CEREREA PENTRU SERVICII.

METODE DE STUDIERE A CERERII

PENTRU ANALIZĂ ŞI IDENTIFICAREA PARTICULARITĂŢILOR CERERII DE SERVICII EXISTĂ O SERIE

DE METODE DE STUDIERE ATÂT PENTRU PIAŢA INTERNĂ CÂT ŞI PENTRU PIAŢA EXTERNĂ, INTERNAŢIONALĂ.

PRINCIPALELE METODE DE STUDIERE A CERERII DE SERVICII PENTRU PIAŢA INTERNĂ SUNT:

1. EVIDENŢELE STATISTICE ŞI CERCETĂRILE SELECTIVE.

ACESTE METODE PRESUPUN ACŢIUNI DE PROSPECTARE A CERERII PENTRU SERVICII ÎN VEDEREA ADOPTĂRII UNOR DECIZII PRIVIND OPORTUNITATEA ÎNFIINŢĂRII DE NOI ÎNTREPRINDERI, ORIENTAREA ŞI DIMENSIONAREA OFERTEI ÎN CONFORMITATE CU CERINŢELE PIEŢEI, FORMULAREA OPŢIUNILOR STARTEGICE ŞI A OBIECTIVELOR FIRMEI ETC.

ASTFEL EVIDENŢELE STATISTICE OFERĂ DATE CU PRIVIRE LA TOTALITATEA PIEŢEI, STRUCTURA ACESTEIA, REPARTIZAREA EI TERITORIALĂ, DATE DEMOGRAFICE, DATE PRIVIND VENITURILE ŞI CHELTUIELILE POPULAŢIEI ETC.

CERCETĂRILE SELECTIVE REPREZINTĂ SURSE CARE PERMIT CERCETAREA UNUI NUMĂR PRACTIC NELIMITAT DE ASPECTE ALE CERERII DE SERVICII MAI ALES A ACELORA CARE NU POT FI EVIDENŢIATE PE BAZA EVIDENŢELOR STATISTICE CUM AR FI:

-DIMENSIUNILE CERERII NESATISFĂCUTE, NECORESPUNZĂTOR SAU AMÂNATE;

- MOTIVAŢIA CERERII;
- INTENŢIILE DE CUMPĂRARE;
- FACTORII CARE GENEREAZĂ CEREREA;

ÎN FUNCŢIE DE SURSELE RESPECTIVE DE INFORMAŢII SE POT APLICA ŞI ALTE METODE:

2. METODE INDIRECTE.

ACESTE METODE AU LA BAZĂ INFORMAŢIILE OBŢINUTE DIN EVIDENŢELE STATISTICE.

ACESTEA CONSTAU ÎN ESENŢĂ ÎN EVIDENŢIEREA TENDINŢEI CERERII DE SERVICII DINTR-O PERIOADĂ ANTERIOARĂ ŞI EXTRAPOLAREA ACESTEI TENDINŢE PENTRU PERIOADA URMĂTOARE.

CELE MAI CUNOSCUTE METODE INDIRECTE SUNT:

* METODA SPORULUI ANUAL;

* METODELE DE CORELAŢIE;
* METODELE RITMULUI MEDIULUI ANUAL;
* METODA COEFICIENŢILOR DE ELASTICITATE ETC.

ÎN GENERAL CAPACITATEA UNEI PIEŢE SE DETERMINĂ ÎN FUNCŢIE DE NUMĂRUL POPULAŢIEI, NUMĂRUL GOSPODARIILOR, NORMA OPTIMĂ DE CONSUM (NORMA MEDIE DE CONSUM).

DIN ACEASTĂ PIAŢĂ TOTALĂ CALCULATĂ SE ESTIMEAZĂ ÎN FUNCŢIE DE CONCURENŢĂ COTA DE PIAŢĂ CE POATE FI OBŢINUTĂ DE O ANUMITĂ ÎNTREPRINDERE.

3. METODA CERCETĂRILOR DIRECTE.

ESTE METODA CARE SE FOLOSEŞTE ATUNCI CÂND ANUMITE INFORMAŢII NU POT FI CULESE PRIN METODELE INDIRECTE, NU EXISTĂ SURSE DE INFORMARE, BAZE DE DATE SAU CHIAR DACĂ ACESTEA EXISTĂ SUNT INSUFICIENTE SAU NU REFLECŢA REALITATEA.

METODELE CERCETĂRII DIRECTE SE FOLOSESC MAI ALES PENTRU STUDIEREA PIEŢEI INTERNE, DEOARECE SUNT RELATIV COSTISITOARE.

METODELE PENTRU STUDIEREA PIEŢEI EXTERNE DE SERVICII SUNT: ANALIZA SURSELOR DE INFORMARE CE POT FI EXTERNE SAU INTERNE.

PRIN SURSE INTERNE DE INFORMARE SE ÎNŢELEGE ÎN GENERAL, SURSELE PROPRII ALE FIRMEI, PRECUM ŞI TOATE INFORMAŢIILE OBŢINUTE DIN ŢARĂ.

CELE MAI CUNOSCUTE ŞI UTILIZATE SURSE INTERNE SUNT: INFORMAŢII CUPRINSE ÎN SISTEMUL INFORMAŢIONAL AL FIRMEI, DOCUMENTELE OFICIALE ALE GUVERNULUI ŢĂRII RESPECTIV, PROGRAMELE DE DEZVOLTARE ALE SOCIETĂŢII, TRATATE DE COLABORARE ECONOMICĂ, ACORDURILE COMERCIALE, INFORMAŢII DE LA INSTITUŢIILE FINANCIAR – BANCARE, INSTITUŢII DE CERCETĂRI, COMISIA NAŢIONALĂ DE STATISTICĂ ETC.

SURSELE EXTERNE DE INFORMAŢIE POT FI: SURSE DIN ŢĂRILE IMPORTATOARE, SAU POTENŢIAL IMPORTATOARE, REVISTE SPECIALIZATE PE PROBLEME DE AFACERI, TIPĂRITURI EDITATE DE ORGANISME ECONOMICE REGIO0NALE, ANUALE ŞI BULETINE STATISTICE PRIVIND DEZVOLTAREA UNOR COMUNITĂŢI, INDUSTRIA

COMERŢULUI, TIPĂRITURI ALE ORGANIZAŢIILOR ECONOMICE INTERNAŢIONALE (B.E.I., UNESCO, O.N.U., F.M.I.), MATERIALE ALE FIRMELOR CONCURENTE SAU POTENŢIAL CONCURENTE (PLIANTE COMERCIALE, ANUNŢURI, RĂSPUNSURI LA CERERILE DE OFERTĂ).

ATUNCI CÂND DATELE DESPRE O ANUMITĂ PIAŢĂ, ÎNTR-O ANUMITĂ ŢARĂ SUNT INSUFICIENTE SAU NEADECVATE SE POATE FOLOSI METODA ESTIMĂRII PRIN ANALOGIE.

ACEASTA SE POATE FACE ÎN DOUĂ MODURI:

A) PRIN COMPĂRĂTII ÎNTRE ŢĂRI, ÎN ACEEAŞI PERIOADĂ DE TIMP.

SE ESTIMEAZĂ MĂRIMEA PIEŢEI UNUI SERVICIU DIN PRIMA ŢARĂ PRIN CALCULAREA RAPORTULUI UNUI INDICATOR ECONOMIC GLOBAL (P.I.B\LOC, VENITUL PERSONAL DISPONIBIL ETC.) ŞI VALOAREA ACESTUI INDICATOR PENTRU CEEA DE-A DOUA ŢARĂ. RAPORTUL DINTRE CEI DOI INDICATORI POATE FI UTILIZAT PENTRU ESTIMAREA COTEI DE PIAŢĂ, A SERVICIULUI RESPECTIV, ÎN PRIMA ŢARĂ FAŢĂ DE A DOUA.

B) METODA SERVICIILOR CRONOLOGICE.

PRESUPUNE DEPLASAREA SERVICIILOR CRONOLOGICE ÎN TIMP, ADICA ESTIMAREA CERERII UNUI SERVICIU DINTR-O PRIMĂ ŢARĂ ŞI NIVELUL ACELUIAŞ SERVICIU DIN CEA DE-A DOUA ŢARĂ ATUNCI CÂND A DOUA ŢARĂ S-AR FI AFLAT LA ACELAŞI NIVEL AL CREŞTERII ECONOMICE ÎN CARE SE GĂSEŞTE PRIMA ŢARĂ.

OBS.**: INTREAGA SUITĂ DE TEHNICI ŞI METODE UTILIZATE PREZINTĂ ŞI UNELE NEAJUNSURI CUM AR FI:**

1. DIFERENŢELE DE CULTURĂ DINTRE REGIUNI, OBICEIURILE DIFERITE, MENTALITĂŢI ETC. CE DETERMINĂ STRUCTURI ALE CERERII DIFERITE ÎN DOUĂ REGIUNI, ŢĂRI APARENT SIMILARE;
2. POSIBILITATEA UNOR LIPSURI IN BAZELE DE DATE CU INFLUENŢA ASUPRA CALITĂŢIII SERVICIILOR, STABILIRII PREŢURILOR ETC.;
3. DIFERENŢELE REGIONALE, NAŢIONALE, DE VENIT, DE ALOCARE A ACESTUIA SAU DE ALTĂ NATURĂ.

OBS.: **TOATE ACESTE METODE TREBUIE SĂ ŢINĂ SEAMA DE CARACTERISTICILE PIEŢEI RESPECTIVE, TIPOLOGIEI CLIENŢILR, CARACTERISTICILE RAMURILOR ECONOMICE ETC.**

BIBLIOGRAFIE

1. V. Bălăşoiu, E. Dobândă, O. Snak - Managementul calităţii produselor şi serviciilor în turism, Ed. Orizonturi Universitare., Timişoara., 2006
2. I. Plumb, A. Androniceanu, O. Abaluta - Managementul serviciilor publice
3. D. Walker - A Strategy for Quality Service., Gower., Aldershot., 1990
4. V. Antonescu, D. Constantinescu – Managementul calităţii totale, OID. ICM, Bucureşti, 1993
5. S. Certo – Managementul modern, diversitatea, calitatea, etica şi mediul global., Ed. Teota, 2002
6. E. Radu – Managementul serviciilor., Ed. Expert, Bucureşti, 200
7. M. Ioncică, G. Stănciulescu, R. Minciu – Economia serviciilor., Ed. II-a, Ed. Uranus, Bucureşti, 1999
8. H. L. Popa – Manual de inginerie Economică, Management strategic., Ed. Dacia Cluj Napoca, 2002
9. C. Potie – Diagnosticul calităţii, metode de expertiză şi investigaţii., Ed. Tehnică, Bucureşti, 2001
10. O. Pruteanu – Managementul şi controlul calităţii., Ed. Tehnică, 2000
11. O. Nicolescu, I. Verboncu – Management., Ed. Economică, Bucureşti, 1996
12. M. Olaru – Managementul calităţii., Ed. Economică, Bucureşti, 1999
13. P. Kunst, J. Lemmink – Manageming Service Quality., Vol I, II, III, Ed. Chapman, 1996
14. J.S. Oakland – Total quality Management, the route to improving performance, Butterworth, Heinemann, Oxfort, 1993
15. T. C. Powell – Total quality management as competitive advantage, A review and empirical study., Strategic management journal, january 1995

16. I. Vasilescu, I. Romanu – Managementul investiţiilor., Ed. Margaritar, 2000
17. F. Peter Drucker – Managing in the Next Society., New York, 2003
18. J. K. McCollum – Idei americane pentru manageri români., Ed. ASA, 2004
19. D. Morariu – Funcţiile serviciilor în Economia Mondială., Ed. Mirton, Timişoara, 1999
20. I. G. Pugna – Comerţul „do ut des"., Ed. Solness, Timişoara, 2002
21. A. Jivan – Economia serviciilor., Ed. Mirton, Timişoara, 1995
22. A. Jivan – Serviciile moderne, o provocare pentru teoria şi practica economică., Ed. Mirton, Timişoara, 1996
23. R. Minciu, R. Zadig – Economia şi tehnica serviciilor de alimentaţie publică şi turism., ASE Bucureşti, 1994
24. E. Puianu – „Serviciile de piaţă în ţările membre ale UE, evoluţii şi perspective" din Conjunctura Economiei Mondiale – 1995, Editat de I.E.M., Academia Română şi Institutul Naţional de Cercetări Economice – Bucureşti
25. Agnes Ghibuţiu – „De ce trebuie să-şi dezvolte România sectorul de servicii?"- „Conjunctura Economiei Mondiale"- I.E.M., Bucureşti, 1994
26. Agnes Ghibuţiu – „Serviciile, o componentă esenţială a politicilor industriale, contemporane"-Studiu I.E.M., Bucureşti, 1995